

University of Groningen

Geven in Nederland 2009

Th.N.M. Schuyt, Theo N. M. (ed.); B.M. Gouwenberg, B.M. (ed.); Bekkers, R.H.F.P. (ed.)

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2009

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Th.N.M. Schuyt, T. N. M., B.M. Gouwenberg, B. M., & Bekkers, R. H. F. P. (2009). *Geven in Nederland 2009: Giften, Nalatenschappen, Sponsoring en Vrijwilligerswerk*. s.n.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

Geven in Nederland 2009



Geven in Nederland 2009

Giften, Nalatenschappen, Sponsoring en Vrijwilligerswerk

Prof. Dr. Th.N.M. Schuyt, Drs. B.M. Gouwenberg, Dr. R.H.F.P. Bekkers (red.)

2009 Reed Business bv

ISBN 978 90 3524 388 0

© Reed Business bv

Behoudens de door de wet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt zonder schriftelijke toestemming van de uitgever die daartoe door de auteur(s) met uitsluiting van ieder ander de onherroepelijk is gemachtigd.

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die nochtans onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaarden auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid. Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich gaarne aanbevelen.

Voorwoord

Deze uitgave *Geven in Nederland 2009* is de zevende publicatie van het onderzoek 'Geven in Nederland (GIN)' dat ruim vijftien jaar wordt uitgevoerd. Nederland, en Nederlanders zijn vrijgevig. Deze uitspraak, of stelling zo men wil, is slechts gebrekkig te onderbouwen met vergelijkbare empirische gegevens van elders. De enige twee landen in de wereld waar macro-economische schattingen van filantropische bijdragen gemaakt worden, zijn de Verenigde Staten en Nederland.

Jaarlijks verschijnt in de Verenigde Staten sinds 1955 *Giving USA*, uitgebracht door de American Association of FundRaising Counsel (AAFRC) en uitgevoerd door de University of Indianapolis (Center on Philanthropy). Nederland is het enige West-Europese land dat ook een dergelijk onderzoek kent. Sinds 1993 is de Vrije Universiteit begonnen met het uitbrengen van *Geven in Nederland* dat elke twee jaar verschijnt. Nederlanders geven circa 1% van hun BBP aan goede doelen, in de VS ligt dat percentage rond de 2, met echter een veel lagere belastingdruk. In tegenstelling tot de VS worden algemeen nuttige voorzieningen in Nederland voor een groter deel betaald uit de algemene middelen (of verplichte verzekeringen). De Nederlandse belastingbetaler mag zich in zekere zin 'verplicht filantroop' noemen.

De *Geven in Nederland*-boeken zijn bedoeld voor de Nederlandse filantropische sector, voor non-profit instellingen, voor gevers en voor de overheid. Zij proberen inzichtelijk te maken en te verklaren hoe burgers, fondsen, bedrijven en goededoelenloterijen bijdragen aan de kwaliteit en leefbaarheid van Nederland en het algemeen nut. Dit algemeen nut wordt niet langer en uitsluitend alleen gediend door de overheid of de markt, maar ook door vrijwillige bijdragen en de betrokkenheid van particulieren, van fondsen en bedrijven. De toenemende aandacht voor deze financieringsbron doet zich niet alleen in Nederland voor: op Europees niveau heeft de Eurocommissaris Wetenschapsbeleid, de heer J. Potocnik, in december 2007 het 'European Forum on Philanthropy and Research Funding' opgericht teneinde filantropische bijdragen aan de Europese kenniseconomie te bevorderen.

Door het in kaart brengen van typen gevers en begunstigde doelen wordt de omvang van de Nederlandse filantropische sector zichtbaar. Dit past in de algemene trend van meer openbaarheid, van duidelijkheid verschaffen en van verantwoording afleggen naar het Nederlandse publiek. Ook worden de gegevens van het GIN-onderzoek door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) in Europees verband gebruikt voor de Nationale Rekeningen. In zijn contacten met buitenlandse collega's maakt de Nederlandse filantropische sector gebruik van het GIN-onderzoek. Op hun beurt zijn de GIN-onderzoekers zelf actief om het GIN-onderzoek naar de Europese Gemeenschap uit te breiden. Daartoe hebben zij het 'European Research Network On Philanthropy' (ERNOP) opgericht. Medio 2009 ver-

schijnt een eerste publicatie van 'Giving Europe' over onderzoek naar filantropie in twaalf West-Europese landen.

Het GIN-onderzoek ontwikkelt zich in de jaren van beschrijvend naar verklarend onderzoek; het beantwoordt steeds meer fundamentele, wetenschappelijke vragen. Het biedt daarmee aangrijpingspunten voor strategische besluitvorming in de filantropische sector. Het is door de tweejaarlijkse metingen en tijdrovende analyses geen marktonderzoek zoals fondsenwervers graag zien. De 'databank GIN' bevat echter een schat aan longitudinale gegevens, waardoor onderzoek naar diepere verklaringen voor geefgedrag mogelijk wordt. Dit is tevens waardevol voor wervingscampagnes en directe toepassingen, waaraan fondsenwervers behoefte hebben.

De onderzoekers hopen dat filantropische instellingen veel van hun gading zullen vinden. Er zijn specials en analyses. Voor de Nederlandse non-profits die zich willen verdiepen in de mogelijkheden om filantropische inkomsten te verwerven, valt er het nodige te halen. Voor de in beleid geïnteresseerden is er deel B. En voor de wetenschappers weer veel om nader te onderzoeken. Voor vragen over het GIN-onderzoek, de andere onderzoeken, de opleidingen, internationale contacten en over de onderzoekers, zie de website van de Werkgroep Filantropische Studies aan de VU: www.geveninnederland.nl.

De onderzoekers danken de Begeleidingscommissie hartelijk voor het vele en waardevolle werk dat is verricht. Speciale dank gaat uit naar de voorzitter van het coördinerende – en financierende – Ministerie van Justitie, voor zijn stimulerende en deskundige bijdrage.

Prof. dr. Theo Schuyt
Hoogleraar Filantropische Studies VU
Projectleider GIN

Inhoud

Voorwoord	5
Samenvatting van de belangrijkste bevindingen	10
Inleiding	18
<i>Door Th.N.M. Schuyt</i>	
Deel A	Bronnen van de bijdragen
Hoofdstuk 1	Geven door huishoudens en individuen
<i>Door R.H.F.P. Bekkers, P. Wiepking, E. Boonstoppel</i>	
Hoofdstuk 2	Nalatenschappen
<i>Door E.E. Mariani en Th.N.M. Schuyt</i>	
Hoofdstuk 3	Geven door fondsen
<i>Door B.M. Gouwenberg</i>	
Hoofdstuk 4	Giften en sponsoring door bedrijven
<i>Door T.C. de Gilder en Th.N.M. Schuyt</i>	
Hoofdstuk 5	Geven door goededoelenloterijen
<i>Door Th.N.M. Schuyt en B.M. Gouwenberg</i>	
Hoofdstuk 6	Geven van tijd: vrijwilligerswerk
<i>Door R.H.F.P. Bekkers en E.J. Boezeman</i>	

Deel B	Doelen waaraan gegeven wordt <i>Door Th.N.M. Schuyt, B.M. Gouwenberg, R.H.F.P. Bekkers, P. Wiepking, E. Boonstoppel, T.C. de Gilder en E.E. Mariani</i>	103
Hoofdstuk 7	Kerk en levensbeschouwing (religie)	107
Hoofdstuk 8	Gezondheid	114
Hoofdstuk 9	Internationale hulp	119
Hoofdstuk 10	Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	124
Hoofdstuk 11	Onderwijs en onderzoek	129
Hoofdstuk 12	Cultuur	134
Hoofdstuk 13	Sport en recreatie	139
Hoofdstuk 14	Maatschappelijke en sociale doelen (nationaal)	145
Deel C	Specials	151
Hoofdstuk 15	Wat en hoe geven jongeren? <i>Door R.H.F.P. Bekkers en P. Wiepking</i>	153
Hoofdstuk 16	Geefgedrag van niet-westerse allochtonen <i>Door C.L. Carabain</i>	161
Hoofdstuk 17	Gebruik van de giftenaftrek in Nederland, 1977-2007 <i>Door R.H.F.P. Bekkers en E.E. Mariani</i>	176
Hoofdstuk 18	Fondsenwerving in tijden van crises <i>Door R.H.F.P. Bekkers</i>	186
Bijlage	Methodologische verantwoording	197

Begeleidingcommissie

Het onderzoek dat aan deze publicatie ten grondslag ligt wordt uitgevoerd onder auspiciën van een begeleidingscommissie, bestaande uit:

Drs. W.S. Buwalda (voorzitter), Ministerie van Justitie

Drs. G. Bosma, VFI, brancheorganisatie van goede doelen

Dr. T. Bernts, Interkerkelijke Commissie Geldwerving

Drs. J.E. Kanis en drs. S. ter Woerds, NCDO

Dr. S.J.C. Hemels, Universiteit Leiden, Faculteit Rechtsgeleerdheid

Prof. dr. J.J.G. Schmeets en Dr. R.J. van der Bie, Centraal Bureau voor de Statistiek

Drs. P. Brassé, Forum

Meeleesgroep

Ir. J.I.M. de Goeij, Ministerie van VWS, DG Volksgezondheid

Drs. A. Papma, Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Directie Platteland

Mr. Drs. G.C. Katerberg, Ministerie van OC&W, Directie Onderzoek en Wetenschapsbeleid

Mr. H. Wagenvoort, Vereniging van Fondsen in Nederland

W. Jacobs, Nationale Postcode Loterij

G. Slot, NOC*NSF

Wetenschappelijke adviesraad

Deze bestaat uit: Prof. Dr. W. van Oorschot (KUB), Prof. Dr. G. Engbersen (EUR), Prof. Dr. S. Lindenberg (RUG) en Prof. Dr. P. Dekker (KUB/SCP).

Ambassadeurs van GIN

D.J.M. van der Laarschot

Drs. B.A. Brouwer

Secretariaat/contact

Het secretariaat van het VU-project Geven in Nederland (GIN)/Center for the Study of Philanthropy (CSP) is in handen van mevrouw B.I.M. Schouten.

Vrije Universiteit

FSW/Werkgroep Filantropische Studies

De Boelelaan 1081

1081 HV Amsterdam

(020) 598 67 82

e-mail: gin@fsw.vu.nl

www.geveninnederland.nl

Financier

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door financiële steun van het Ministerie van Justitie en de NCDO.

Samenvatting van de belangrijkste bevindingen

Aan de orde komen:

- I Bevindingen voor 2007
- II Trends 1995 – 2007
- III Highlights

I Bevindingen voor 2007

Totaalbedrag in 2007

In Nederland wordt in totaal in 2007 circa € 4,3 miljard gegeven aan goede doelen.

- Het totaalbedrag is het resultaat van de optelsom van de geschatte giften van huishoudens, van nalatenschappen, van fondsen (zowel geldwervende fondsen als vermogensfondsen), van het bedrijfsleven en de opbrengsten uit de goededoelenloterijen. Deze schatting is aan de lage kant vanwege de onvolledigheid van informatie over nalatenschappen en de bijdragen van vermogensfondsen.

Nederland geeft 0,8% van het Bruto Binnenlands Product (BBP) (€ 560 miljard in 2007).

- Dit lage percentage lijkt in tegenspraak met het algemene beeld dat Nederland vrijgevig is. De Nederlander draagt echter vooral via de belastingen bij aan goede doelen. Ter vergelijking: in de VS schommelt het percentage van het BBP in de periode 1965-2007 rond de 2. Echter, in de VS wordt veel minder via de algemene middelen aan goede doelen gegeven, de belastingdruk ligt daar veel lager (Giving USA 2008:28).¹

¹ *Giving USA 2008. The Annual Report on Philanthropy for the Year 2007.* Indianapolis: Indiana University, Center on Philanthropy.

Bronnen van de bijdragen in 2007

	<i>x miljoen euro</i>	<i>In percentage</i>
Huishoudens (geld en goederen):	1.945	45
Nalatenschappen:	240	6
Fondsen: Geldwervende fondsen	79	2
Vermogensfondsen	260	6
Bedrijven (giften en sponsoring)	1.353	32
Goededoelenloterijen	394	9
Totaal	4.271	100

- De cijfers van huishoudens en bedrijven zijn gegeneraliseerde bedragen; met andere woorden er is een schatting gemaakt van de bijdragen aan goede doelen van *alle* huishoudens en bedrijven in Nederland. Voor de cijfers met betrekking tot nalatenschappen en fondsen (geldwervende fondsen en vermogensfondsen) geldt dat niet. Vanwege gebrekkige bronnen is het niet mogelijk om hiervan een totaalschatting te maken.
- De cijfers over nalatenschappen worden – vanwege het ontbreken van onderzoek – ontleend aan het CBF-Verslag Fondsenwerving 2007.¹ In totaal hebben 231 van de 931 geldwervende fondsen die financiële gegevens hebben verstrekt aan het CBF, melding gemaakt van nalatenschappen. De werkelijke omvang van de nalatenschappen zal hoger uitkomen. De informatie van de kerken – voor zover deze al bij de kerken zelf bekend zijn – en van lokale non-profit instellingen, ziekenhuizen onder andere, ontbreekt bijvoorbeeld.
- In totaal hebben de fondsenwervende instellingen in 2007 2.887 miljoen euro besteed aan de goede doelen. De bijdrage van geldwervende fondsen zoals hier staat vermeld (79 miljoen euro) bestaat alleen uit de ‘inkomsten uit beleggingen’ (cijfers zijn ontleend aan CBF Verslag Fondsenwerving 2007). De overige inkomsten – zoals geldwerving onder het Nederlandse publiek en het bedrijfsleven – worden reeds bij de andere bronnen meegerekend.
- Wat betreft vermogensfondsen kan opgemerkt worden dat er in Nederland weinig gegevens beschikbaar zijn over dit type fondsen. Niemand weet precies hoeveel vermogensfondsen er zijn, laat staan hoeveel geld er precies in omgaat. Voor de cijfers uit 2007 is gebruikgemaakt van de opgave van 150 fondsen via de Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN).
- Goededoelenloterijen: Er zijn vijf landelijke, (semi)permanente kansspelvergunninghouders die hun opbrengst afdragen aan goede doelen: de BankGiro Loterij N.V., de Sponsor Bingo Loterij N.V., de Nationale Postcode Loterij N.V. (in 2004 zijn deze drie ondergebracht onder de N.V. Holding Nationale Goede Doelen Loterijen), de Stichting de Nationale Sporttotalisator (De Lotto) en Scientific Games Racing B.V. De cijfers zijn ontleend aan het Jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen (2007:66-69).²

¹ CBF (2007). Financiële resultaten van goededoelenorganisaties in Nederland 2007, Verslag Fondsenwerving. Amsterdam: Centraal Bureau Fondsenwerving

² College van Toezicht op de Kansspelen. Jaarverslag 2007. Den Haag.

Doelen waaraan gegeven wordt in 2007 (in rangorde)

	<i>x miljoen euro</i>	<i>Percentage</i>
Kerk en levensbeschouwing	968	23
Maatschappelijke en sociale doelen	617	14
Sport en recreatie	569	13
Internationale hulp	520	12
Gezondheid	463	11
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	360	8
Cultuur	352	8
Onderwijs en onderzoek	231	6
Overig (niet gespecificeerd)	194	5
Totaal	4.274*	100

* In verband met afrondingsverschillen verschilt het totaalbedrag met de vorige tabel

- In 2007 geeft Nederland het meest aan kerk en levensbeschouwing (23%). Er is geschat dat circa de helft van het bedrag aan kerk en levensbeschouwing voor de kerken zelf bestemd is (personeel en gebouwen); de andere helft komt terecht bij internationale en nationale doelen die door de kerken begunstigd worden (*Geven in Nederland 2001*).
- Het minst krijgt 'onderwijs en onderzoek' (6%).

Bronnen en doelen in 2007

<i>Totaalbedrag goede doelen waaraan door huishoudens, individuen (nalatenschappen), fondsen (zowel geldwervende fondsen als vermogensfondsen), bedrijven en goededoelenloterijen gegeven wordt</i>									
<i>Doelen waaraan gegeven wordt € x miljoen</i>	<i>Huishoudens, geld en goederen</i>	<i>Nalatenschappen</i>	<i>Fondsen*</i>			<i>Bedrijven Giften en sponsoring</i>	<i>Goede doelen loterijen</i>	<i>Totaal</i>	<i>%</i>
			<i>GWF</i>	<i>VF</i>	<i>Totaal</i>				
Kerk en levensbeschouwing	898	5	3	9	12	53	–,–	968	23
Gezondheid	264	96	21	22	43	31	29	463	11
Internationale hulp	298	41	9	8	17	70	94	520	12
Milieu/natuurbehoud/dierenbescherming	174	38	15	13	28	46	74	360	8
Onderwijs en onderzoek	22	–,–	–,–	19	19	190	–,–	231	6
Cultuur	24	7	6	76	82	201	38	352	8
Sport/recreatie	39	–,–	–,–	8	8	472	50	569	13
Maatschappelijke sociale doelen	192	53	25	101	126	190	56	617	14
Overig (niet gespecificeerd)	35	–,–	–,–	4	4	102	53	194	5
Totaal**	1.945	240	79	260	339	1.355	394	4.274	100

* GWF = geldwervende fondsen en VF = vermogensfondsen.

** In de kolomtotalen zitten kleine verschillen in verband met afrondingen.

- Huishoudens geven het meest aan 'kerk en levensbeschouwing'.
- Nalatenschappen komen vooral ten goede aan doelen op het terrein van gezondheid;
- Geldwervende fondsen geven uit eigen middelen (beleggingen) vooral aan 'maatschappelijke en sociale doelen'.
- 'Maatschappelijke en sociale doelen' en 'cultuur' zijn met name voor vermogensfondsen belangrijke te ondersteunen doelen.
- 'Sport en recreatie' is veruit het meest populaire doel onder bedrijven.
- Uit de goededoelenloterijen ontvangen de categorieën 'internationale hulp' en 'milieu, natuurbehoud en dierenbescherming' het meeste geld.

Vrijwilligerswerk in 2007/2008¹

In 2008 doet 44,6% van de bevolking minstens eenmaal in het afgelopen jaar onbetaald werk voor een maatschappelijke organisatie.

- Sportverenigingen en kerkelijke organisaties tellen de meeste vrijwilligers.
- Vrijwilligers besteden in 2008 gemiddeld per maand 18,4 uur aan vrijwilligerswerk.
- Vrijwilligers zijn steeds vaker met slechts één soort taak bezig. In 2008 is dat bijna de helft (48,9%).
- Vrijwilligers zijn vaker hoger opgeleiden, kerkelijke Nederlanders en dan met name protestanten, regelmatige kerkbezoekers en mensen met thuiswonende kinderen.
- Populaire motieven om vrijwilligerswerk te doen zijn leren en vaardigheden opdoen, een goed gevoel en het uitdrukken van maatschappelijke waarden. Vrijwilligers zeggen minder vaak gemotiveerd te worden door zelfbescherming en carrière.

II Trends 1995–2007

Totaalbedragen 1995–2007

<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
2.279	2.163	3.422	3.615	4.924	4.376	4.271

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen de cijfers tot 2005 enigszins met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities van *Geven in Nederland*.

- 2007 laat een kleine afname zien van het totaal gegeven bedrag aan goede doelen ten opzichte van 2005; dit verschil is vooral toe te schrijven aan bedrijven die iets minder hebben bijgedragen.

¹ In tegenstelling tot het geefgedrag is vrijwilligerswerk gemeten over 2007 en 2008. Er is in mei 2008 gevraagd of men de afgelopen 12 maanden vrijwilligerswerk heeft verricht.



<i>Giften in percentage van het Bruto Binnenlands Product</i>							
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Bruto Binnenlands Product	288	322	372	429	454	506	560
Totaal geschatte bedrag aan giften	2.279	2.163	3.422	3.615	4.924	4.376	4.271
Giften in % van het BBP	0,8%	0,7%	0,9%	0,8%	1,1%	0,9%	0,8%

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen de cijfers tot 2005 enigszins met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities van *Geven in Nederland*.

- De giften in percentage van het Bruto Binnenlands Product blijven vanaf 1995 rond de 0,9% schommelen.

Bronnen van de bijdragen 1995-2007

<i>€ x miljoen</i>	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	1.419	1.121	1.414	1.788	1.899	1.854	1.945
Nalatenschappen	87	135	213	231	189	182	240
Fondsen	163	214	329	237	196	431	339
Bedrijven	610	693	1.466	1.359	2.271	1.513	1.353
Loterijen	–	–	–	–	369	396	394
Totaal	2.279	2.163	3.422	3.615	4.924	4.376	4.271

NB Vanwege toegepaste correcties op de cijfers van huishoudens tot 2005 verschillen deze cijfers enigszins met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities van *Geven in Nederland*.

Huishoudens

- Na een toename tussen 1997 en 2003 is het geefgedrag van de Nederlandse huishoudens gestabiliseerd in 2005 en 2007.

Nalatenschappen

- Over nalatenschappen ten gunste van goede doelen is nog steeds weinig bekend.
- Voor zover cijfers over nalatenschappen bekend zijn, laten deze na een daling tussen 2001 en 2005 een stijging in 2007 zien.

Fondsen

- Vanwege het ontbreken van cijfers over vermogensfondsen is het moeilijk om uitspraken te doen over trends in de tijd.
- De inkomsten uit beleggingen van geldwervende fondsen zijn in 2007 gedaald.

Bedrijven

- Bedrijven zijn in 2007 (ten opzichte van 2005) iets minder gaan bijdragen.



De begunstigde doelen 1995-2007

	<i>x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	587 (1)	510 (1)	490 (4)	750 (1)	938 (1)	773 (1)	968 (1)
Gezondheid	411 (2)	290 (4)	640 (1)	406 (4)	589 (4)	477 (5)	463 (5)
Internationale hulp	361 (3)	299 (3)	540 (3)	531 (3)	469 (6)	742 (2)	520 (4)
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	204 (6)	183 (6)	308 (6)	251 (7)	309 (7)	356 (6)	360 (6)
Onderwijs en onderzoek	58 (8)	83 (8)	232 (7)	125 (8)	301 (8)	277 (8)	231 (8)
Cultuur	83 (7)	87 (7)	165 (8)	335 (6)	610 (3)	326 (7)	352 (7)
Sport en recreatie	246 (5)	410 (2)	578 (2)	686 (2)	930 (2)	686 (3)	569 (3)
Maatschappelijke en sociale doelen	283 (4)	257 (5)	422 (5)	373 (5)	555 (5)	522 (4)	617 (2)
Overig (niet gespecificeerd)	46 (-)	44 (-)	47 (-)	158 (-)	223 (-)	220 (-)	194 (-)
Totaal*	2.279	2.163	3.422	3.615	4.924	4.376	4.274

* De totaalcijfers kunnen – in verband met afrondingen – iets afwijken met de totaalcijfers in andere tabellen.

NB Vanwege toegepaste correcties op de cijfers van huishoudens tot 2005 verschillen de cijfers enigszins met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities van *Geven in Nederland*.

- Rangorde begunstigde doelen gemiddeld over de periode 1995-2007
 - 1 Kerk en levensbeschouwing
 - 2 Sport en recreatie
 - 3 en 4 Gezondheid en Internationale hulp
 - 5 Maatschappelijke en sociale doelen
 - 6 en 7 Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming/Cultuur
 - 8 Onderwijs en onderzoek
- Over een langere periode van twaalf jaar gezien krijgt 'Kerk en levensbeschouwing' het meest en 'Onderwijs en Onderzoek' het minst.

Vrijwilligerswerk 2002-2008

	2002	2004	2006	2008
Verricht vrijwilligerswerk	46%	41%	42%	45%

- De omvang van het vrijwilligerswerk in Nederland is de afgelopen twee jaar toegenomen. In 2008 doet 44,6% van de bevolking minstens éénmaal in het afgelopen jaar onbetaald werk voor een maatschappelijke organisatie. In 2006 was dat 42%, in 2002 nog 46%.
- Met name het percentage vrijwilligers in de sport is toegenomen van 10,2% in 2004 tot 13,4% in 2008.
- De afgelopen twee jaar zijn Nederlanders ook meer tijd gaan besteden aan vrijwilligerswerk. Vrijwilligers besteden in 2008 gemiddeld 18,4 uur per maand aan vrijwilligerswerk. In 2006 was dat 13,3 uur.
- Een steeds groter gedeelte van de vrijwilligers is bezig met slechts één taak. In 2008 is dat 48,9%, terwijl dat in 2002 nog maar 26,5% was.

III Highlights

Huishoudens/individuen

- Giften van geld en goederen door huishoudens zijn sinds 1995 licht gedaald van 0,46% naar 0,34% van het BBP in 2007.
- De gemiddelde giften van geld en goederen onder alle huishoudens in Nederland bedraagt in 2007 € 270.
- In deze editie van *Geven in Nederland* is het geefgedrag van allochtonen in 2007 onderzocht en meegewogen in het totale geefgedrag van Nederlandse huishoudens.
- De giften van autochtone Nederlanders zijn gemiddeld € 277 per huishouden. Allochtone huishoudens geven gemiddeld € 249. Onder niet-westerse allochtonen is het gemiddeld gegeven bedrag € 211.

Bedrijven

- 66% van de bedrijven geeft en/of sponsort in 2007; in 2005 was dit percentage nog 78.
- In de bijdragen is het bedrag aan sponsoring afgenomen en het bedrag aan giften toegenomen.
- Een van de mogelijke verklaringen hiervoor zou een veranderend perspectief op geven kunnen zijn. Alhoewel de meeste bedrijven nog steeds geven/sponsoren in de vorm van geld, is het aantal bedrijven dat in 2007 geeft in termen van 'mankracht' ten opzichte van voorgaande jaren fors gestegen. Het gaat hier bijvoorbeeld om bedrijven die activiteiten organiseren waarbij medewerkers een actieve bijdrage leveren aan maatschappelijke projecten (zoals bijvoorbeeld het geval is in medewerkersvrijwilligerswerk).
- Voor het eerst is een aantal vragen aangaande maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) in het onderzoek meegenomen.
- Het begrip MVO is redelijk bekend bij bedrijven. Ongeveer 60% kent het begrip, 50% doet aan MVO en 15% heeft een MVO-beleid.
- Zeer veel bedrijven die aan MVO doen, houden zich bezig met energiebesparing en milieumaatregelen. Dat zijn dan ook veruit de populairste MVO-activiteiten. Deze elementen van MVO hebben een duidelijke push and pull-lading: milieuverplichtingen zijn wettelijk voorgeschreven en worden gecontroleerd en gesanctioneerd; energiebesparende maatregelen leveren economisch voordeel voor het bedrijf op.
- De attitude van bedrijven ten opzichte van MVO is tamelijk positief, ook bij bedrijven die zelf geen MVO-activiteiten ontplooiën.

Specials

Hoe en wat geven jongeren?

- Het geefgedrag van jongeren (18-34 jaar), de 'next generation', verschilt weinig van andere leeftijdsgroepen.
- Jongere huishoudens geven vaker geld aan goede doelen wanneer ze kerkelijk verbonden zijn, een eigen huis hebben en meer vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties. Ze geven hogere bedragen wanneer ze kerkelijk zijn, een HBO of universitair diploma hebben, kinderen hebben en een inkomen behorende bij de twintig procent hoogste inkomens van Nederland.

Het geefgedrag van niet-westerse allochtonen

- Niet-westerse allochtonen geven gezamenlijk bijna 400 miljoen euro. Meer dan de helft van dit bedrag (ongeveer 60%) wordt gestuurd naar de landen van herkomst (de zogenaamde remittances).
- 80% van de niet-westerse allochtonen doneert aan goede doelen in Nederland.
- Allochtonen die geld of goederen sturen naar hun land van herkomst, geven minder vaak aan Nederlandse goede doelen.
- Het geefgedrag van Surinamers aan goede doelen in Nederland lijkt het meest op dat van de gemiddelde autochtone Nederlander, zowel qua percentage donateurs als qua gemiddelde donatie.
- Het percentage donateurs aan levensbeschouwelijke organisaties is het hoogst onder Turken en Marokkanen. Het gemiddeld gegeven bedrag aan 'religie' is het hoogst onder Turken.

Het gebruik van de giftenaftrek in Nederland, 1997-2007

- Het gebruik van de giftenaftrek is in de periode 1977 tot 2005 enigszins gestegen, van 3,2% naar 4,7%.
- Het volume van de giftenaftrek is wel sterk gestegen, van € 219 miljoen naar € 698 miljoen.
- Met voorlopige voorzichtigheid concluderen we dat de giftenaftrek waarschijnlijk niet schatkistefficiënt is, wat wil zeggen dat het bedrag aan gederfde inkomstenbelasting waarschijnlijk kleiner is dan de toename in de giften die wordt veroorzaakt door het gebruik van de giftenaftrek.

Fondsenwerving in tijden van crises

- Wat zullen de gevolgen zijn van de economische crisis op de inkomsten uit fondsenwerving van goede doelenorganisaties?
- Op basis van onderzoek naar de relatie tussen de inkomsten uit fondsenwerving en economische indicatoren (bruto binnenlands product, de beurskoersen, huizenprijzen, spaartegoeden, werkloosheid en het consumentenvertrouwen) van de afgelopen veertig jaar kunnen we de volgende voorzichtige conclusie voor de toekomst trekken.
- Inkomsten fondsenwerving laten meestal een klein vertraagd effect zien van tegenvalende economische ontwikkelingen. Gezien deze resultaten wordt een afname in de inkomsten fondsenwerving verwacht over een tot drie jaar.

Inleiding

Deze inleiding biedt de verantwoording, het kader voor het boek. Om te beginnen worden de belangrijkste begrippen uit de doeken gedaan; wat is filantropie; wat kan onder geven worden verstaan; wat onder de filantropische sector?

Filantropie wordt tegelijkertijd geplaatst in de huidige maatschappelijke context en er wordt aandacht besteed aan verwachte ontwikkelingen van de filantropie in Nederland.

Daarna wordt ingegaan op de relevantie van het boek, de maatschappelijke en de wetenschappelijke. Tot slot wordt de structuur van het boek uiteengezet; wat kan waar worden gevonden?

1 Begrippen en definities

Filantropie is in Nederland een bekend begrip dat vaak associaties oproept van een voorbije tijd. Gedacht wordt aan hulp voor de armen, aan hulp voor zieken, wezen, weduwen en ouden van dagen. Met de komst van de verzorgingsstaat zijn voor deze groepen regelingen en voorzieningen getroffen. Filantropie leek verleden tijd.

Aan het eind van de 20e eeuw is een nieuw, modern soort filantropie ontstaan. Mede gevoed door een toegenomen welvaart, maar ook het resultaat van een groeiend gevoel van eigen verantwoordelijkheid voor het welzijn van de (wereld)samenleving en gestimuleerd door veranderend overheidsbeleid.

De moderne filantropie is niet langer 'armenzorg' maar brengt de betrokkenheid bij het welzijn van de samenleving tot uitdrukking: de zorg om natuur, cultuurbehoud, de kennis-economie, kortom, filantropie richt zich op het algemeen nut in de brede zin des woords.

Een kernachtige definitie van filantropie is van Bob Payton (1988): 'voluntary action for the public good'. Hij is een van de grondleggers van het gezaghebbende 'Center on Philanthropy' aan de universiteit van Indianapolis, in de Verenigde Staten. In dit boek en in het onderzoek *Geven in Nederland* wordt een meer uitgebreide definitie dan die van Payton gebruikt: Filantropie staat voor bijdragen in de vorm van geld, goederen en/of tijd (expertise), vrijwillig ter beschikking gesteld door individuen en organisaties (fondsen, bedrijven, kerken), waarmee primair algemeen nut doelen worden gesteund.



De bronnen van filantropische bijdragen aan het algemeen nut zijn:

- individuen/huishoudens;
- nalatenschappen;
- fondsen; zowel geldwervende fondsen als vermogensfondsen;
- bedrijven;
- goededoelenloterijen.

In deel A van dit boek komen deze bronnen in de hoofdstukken 1 t/m 5 achtereenvolgens aan bod.

Filantropische bijdragen kunnen worden geleverd in de vorm van geld en van goederen, maar ook in de vorm van tijd en expertise (vrijwilligerswerk). Hoofdstuk 6 van deel A gaat over dit vrijwilligerswerk.

Het algemeen nut is een andere term voor 'de goede doelen'. Maar wat mag onder 'het goede doel' worden verstaan? In ieder geval moet onderscheiden worden tussen de goededoelorganisatie, de instelling waaraan gegeven wordt en het goede doel zelf. En dit laatste, de invulling van het goede doel, blijkt te variëren. Was filantropie vroeger armenzorg, liefdadigheid en cultuur, nu omvat het een breed scala van doelen.

In het GIN-onderzoek worden in navolging van het *Giving USA*-onderzoek de volgende goede doelen onderscheiden:

- 1 kerk en levensbeschouwing;
- 2 gezondheid;
- 3 internationale hulp;
- 4 milieu, natuurbehoud, dierenbescherming;
- 5 onderwijs en onderzoek;
- 6 cultuur;
- 7 sport en recreatie;
- 8 maatschappelijke en sociale doelen (nationaal).

In deel B van dit boek wordt aan elk van deze doelen een apart hoofdstuk gewijd.

2 De Nederlandse Filantropie: sector en facet

Mag – en kan – er over een Nederlandse filantropische sector gesproken worden? En zo ja, wat en wie vallen hieronder? Organisatorisch is er sprake van een sector (Schuyt, 2001). Daarnaast wordt filantropie in toenemende mate onderdeel van bestaande sectoren. De sector van het bedrijfsleven doet aan 'corporate philanthropy', maar ook grote non-profit sectoren als de gezondheidszorg, het onderwijs, de zorgsector of de cultuursector proberen filantropische inkomsten te verwerven door het aanstellen van fondsenwervers. Filantropie ontwikkelt zich snel; naast een zelfstandige sector groeit filantropie als een facet van vele maatschappelijke sectoren.

De Nederlandse filantropische sector bestaat uit de geldwervende fondsen, verenigd in de VFI (brancheorganisatie van goede doelen) en de vermogensfondsen die vertegenwoor-



digd worden door de brancheorganisatie FIN (Vereniging van Fondsen in Nederland). Daarnaast is er de vereniging van lokaal opererende fondsenwervende instellingen, vertegenwoordigd door het ISF (Instituut voor Sponsoring en Fondsenwerving) en zijn er de kerken, verenigd in het CIO (Contact in Overheidszaken).

Deze vier brancheorganisaties vormen samen de SBF (de Samenwerkende Brancheorganisaties Filantropie). De SBF overlegt periodiek met de overheid (in casu met het coördinerende Ministerie van Justitie). Daarnaast hebben de fondsenwervers een brancheorganisatie: het NGF (het Nederlands Genootschap van Fondsenwervers) en zijn nieuwe brancheorganisaties ontstaan zoals Partos en Partin, beide voor organisaties en initiatieven in de ontwikkelingssamenwerking.

De sector heeft een onafhankelijk toezichthoudend orgaan, het CBF (het Centraal Bureau Fondsenwerving) dat onder meer het CBF-Keurmerk voor fondsenwervende instellingen uit geeft.

De sector heeft eigen opleidingen. Er zijn reguliere opleidingen op universitair en HBO-niveau; aan de Vrije Universiteit Amsterdam verzorgt de Afdeling Filantropische Studies een gelijknamige minor; de Hogeschool Windesheim biedt de minor 'Fondsenwerving, grantmaking en sponsoring'.

Voor diegenen die al in de filantropie werken zijn er twee reguliere opleidingen: de PAO 'Filantropische Studies' aan de Vrije Universiteit Amsterdam en de 'Fondsenwervers A en B' cursussen van het ISF. Daarnaast kent de sector tal van bijscholingscursussen. Het onderwijsaanbod wordt gecoördineerd door de Stuurgroep Opleidingen Filantropische Sector.

2.1 *Filantropische sector en de non-profit sector*

De Nederlandse filantropische sector maakt deel uit van de Nederlandse non-profit sector omdat hij zich – zonder winstoogmerk – inzet voor het algemeen nut. Hij onderscheidt zich echter ook van die Nederlandse non-profit sector in die zin dat de filantropische sector zijn bijdragen levert uit vrijwillig verkregen middelen.

Door de verzuiling en door de groei van de verzorgingsstaat zijn belangrijke voorzieningen op het terrein van onderwijs, educatie, cultuur, zorg en gezondheidszorg particuliere organisaties gebleven met evenwel overheidsfinanciering of door de overheid gereguleerde financiering door middel van verzekeringen. Deze gesubsidieerde en gepremieerde particuliere organisaties maken het dat Nederland de grootste non-profit sector van de wereld heeft (Salamon et al, 2004).

In het 'Global Civil Society research-project' zijn wereldwijd de non-profit sectoren in 34 landen onderzocht. Wat betreft de inkomstenbronnen van deze sector wordt onderscheiden in:

- eigen inkomsten uit de markt;
- overheidsfinanciering;
- vrijwillige bijdragen; filantropie

(Salamon et al, 2004; Burger & Dekker, 2001)

De volgende tabel geeft aan hoe de totale inkomsten voor non-profit doelen in negen West-Europese landen zijn opgebouwd.

Tabel 1 Inkomsten (in percentage) voor non-profit doelen in negen West-Europese landen

<i>Landen</i>	<i>Eigen inkomsten In %</i>	<i>Overheidsfinanciering In %</i>	<i>Filantropie In %</i>
Groot-Brittannië	45	47	9
Finland	58	36	6
Frankrijk	35	58	8
Duitsland	32	64	3
Nederland	39	59	2
Spanje	49	32	19
België	19	77	5
Ierland	16	77	7
Oostenrijk	43	50	6

(Salamon et al, 2004:33)

Het 'Global Civil Society research-project' concludeert: 'Private giving from all sources individuals, foundations, and corporations – accounts for a much smaller 12 percent of total civil society organization revenue' (Salamon et al. 2004: 30). Voor de negen West Europese landen staat Nederland met 2% op de laatste plaats.

De gesubsidieerde en gepremieerde Nederlandse non-profit sector wordt zich bewust van filantropie als inkomstenbron en stelt in rap tempo fondsenwervers aan. Dit herontdekken van filantropie zal vooral voor de landelijke (fondsenwervende) organisaties gevolgen hebben. De Nederlandse non-profit sector (met slechts 2% inkomsten uit filantropische bron) heeft in dit opzicht een grote 'achterstand' in te halen.

3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van Geven in Nederland

De GIN-onderzoeken geven macro-economische overzichten van het totaal van filantropische bijdragen in Nederland. Bij het Centraal Bureau voor de Statistiek worden ze 'transacties om niet' genoemd. De Nederlandse overheid en het CBS maken gebruik van de GIN-gegevens voor onder meer het vervaardigen van de Nationale Rekeningen.

Door de aard van het GIN-onderzoek – longitudinaal panelonderzoek onder huishoudens en bedrijven – kunnen trends en ontwikkelingen worden waargenomen en geanalyseerd. Met de herhaalde metingen is een 'databank GIN' ontstaan, waarin meerjarengegevens van individuen, huishoudens en bedrijven zijn opgeslagen.

Naast de gegevens van het GIN-onderzoek zijn er in Nederland deelstudies over geldwerende fondsen. Zo brengt het Centraal Bureau Fondsenwerving zijn jaarverslag uit met cijfers, trends op basis van de vrijwillig ter beschikking gestelde informatie van 931 goede doelen organisaties in 2008. Ook de VFI doet jaarlijks verslag van een eigen sectoronderzoek in het 'Nationale Goede Doelen Rapport'. Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) doet onderzoek naar vrijwilligerswerk. Het CBS heeft begin 2009 een rapport over huishoudenbestedingen aan goede doelen uitgebracht.

Omdat het GIN-onderzoek wetenschappelijk is opgezet met een wetenschappelijke doelstelling biedt de 'databank GIN' een vruchtbare en rijke voedingsbodem voor wetenschappelijke verdieping, wetenschappelijke artikelen en promoties. Zo is – en wordt – bijvoorbeeld studie gemaakt van sociologische en psychologische determinanten van geven, van de rol van 'sociale waarden' en 'vertrouwen', wordt een 'filantropieschaal' ontwikkeld, 'etno-filantropie' en het 'geven door jongeren' bestudeerd. Met deze resultaten wordt ook de filantropische sector weer verrijkt, hetgeen de professionalisering versterkt. Omdat de onderzoekers van GIN tevens de wetenschappelijke opleidingen in de filantropie verzorgen, vindt de kennisoverdracht van het GIN-onderzoek ook langs deze weg naar de filantropische sector plaats.

4 De indeling van het boek

Na de samenvatting en 'highlights' worden in deel A de verschillende filantropische bronnen per hoofdstuk behandeld. In vijf achtereenvolgende hoofdstukken worden cijfers, trends, beschrijvingen en verklaringen van het geefgedrag van huishoudens, giften uit nalatenschappen, van fondsen, van bedrijven en van goededoelenloterijen aan het algemeen nut gepresenteerd. Ook aan het geven van tijd, vrijwilligerswerk, wordt een hoofdstuk (het zesde) besteed. Deze publicatie bevat iets bijzonders omdat voor het eerst het geefgedrag van westerse en niet-westerse allochtonen (ongeveer 19,2% van de Nederlandse bevolking) is meegewogen in de totalen.

In deel B komen de begunstigde doelen – wie geeft wat aan welk doel; welke trends en welke voor beleid relevante ontwikkelingen zijn er te melden? – in acht hoofdstukken (7 t/m 14) aan bod. Voorafgaand wordt in de inleiding van dit deel B een rangorde gepresenteerd welke van de acht doelen over de onderzoeksperiode 1995–2007 het meest en het minst begunstigd zijn.

Het boek eindigt met vier specials: 'Jongeren, geefgedrag en vrijwilligerswerk'; 'Geven en vrijwilligerswerk door niet-westerse allochtonen'; 'Geven en de fiscus' en 'Fondsenwerving in tijden van economische crises'. Het geefgedrag van de jeugd is onderzocht omdat dit de gevers van de toekomst zijn. Het geefgedrag van niet-westerse allochtonen, van Surinamers, Antillianen, Turken, Marokkanen en Afghanen, aan Nederlandse goede doelen, aan verwanten in het buitenland ('remittances') en aan familieverbanden in Nederland wordt in kaart gebracht. In de special 'Giften en de fiscus' wordt onderzocht in hoeverre fiscale motieven het geefgedrag bepalen. De vierde special gaat over fondsenwerving in tijden van economische crises; op basis van langetermijngegevens wordt nagegaan welke macro economische factoren van invloed zijn op fondsenwerving.

Het boek wordt afgesloten met een bijlage, 'Methodologische verantwoording'.

Literatuur

- Burger, A., P. Dekker (red). (2001). *Noch Markt, Noch Staat*. Den Haag: SCP
- *Giving USA 2008. The Annual Report on Philanthropy for the Year 2007*. Indianapolis: Indiana University, Center on Philanthropy
- Payton, R.L. (1988). *Philanthropy: Voluntary Action for the Public Good*. New York: Macmillan.
- Salamon, L.M., S.W. Sokolowski and Associates. (2004). *Global Civil Society. Dimensions of the Nonprofit Sector*. Bloomfield: Kumarian Press.
- Schuyt, Th.N.M. (2001). *De Filantropische Sector en 'Philanthropic Studies' in Nederland. Wetenschappelijke belangstelling voor een maatschappelijke sector in wording*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.



DEEL A

Bronnen van de bijdragen



Geven door huishoudens en individuen

Samenvatting

Nederlandse huishoudens geven in 2007 ongeveer 1.945 miljoen euro aan goededoelenorganisaties. Dit is een toename van 4,9% sinds 2005 (1.854 miljoen). De toename is nauwelijks groter dan de inflatie, we spreken dan ook van een stabilisatie in het geefgedrag. Achter de stabiliteit in de totale waarde van giften gaan tegengestelde trends schuil in het percentage huishoudens dat geeft en de gemiddelde giften per huishouden. Het percentage huishoudens dat geeft is gestegen, maar de gemiddelde giften zijn gedaald. Als percentage van het BBP zijn de giften van huishoudens licht gedaald van 0,36% naar 0,34%.

Autochtone huishoudens geven gemiddeld meer (€ 277) dan allochtone huishoudens (€ 249). Organisaties op het gebied van kerk en levensbeschouwing ontvangen het grootste gedeelte van alle giften van huishoudens (46%), op afstand gevolgd door doelen op het terrein van internationale hulp (15%) en gezondheid (14%). Op lokaal niveau zijn de sectoren sport en internationale hulp het meest populair.

Het vaakst geven Nederlanders via collectes aan de deur (86%), persoonlijke sponsoring (55%) en een vast donateurschap (47%). Nederlanders die vaker en meer geven zijn hoger opgeleiden, kerkelijken en met name protestanten, huiseigenaren. Maatschappelijke waarden die samengaan met meer giften zijn sociale verantwoordelijkheid zoals gemeten met de filantropieschaal en altruïstische waarden. Gevers hebben ook meer vertrouwen in goede doelen en worden vaker gevraagd om giften.

Vergeleken met 2005 zijn jongeren en kerkelijken vaker gaan geven, maar niet meer. Onder de gevers zijn middelbaar opgeleiden, mensen met een lager dan gemiddeld inkomen, protestanten en ook de regelmatige kerkgangers minder gaan geven. Huiseigenaren en singles zijn juist meer gaan geven dan in 2005.

Inleiding

Huishoudens zijn een belangrijke bron van giften van geld en goederen aan goededoelenorganisaties. Hoeveel geven huishoudens jaarlijks? Welke doelen zijn het meest populair en ontvangen de hoogste giften? Op welke manieren geven Nederlanders het vaakst en het meest? Welke huishoudens geven vaker en meer? En welke veranderingen hebben zich voorgedaan in deze aspecten van het geefgedrag in de afgelopen jaren? Deze vragen worden in dit hoofdstuk beantwoord.

We presenteren schattingen van de totale giften van huishoudens in Nederland aan acht verschillende soorten doelen. Deze schattingen zijn gebaseerd op steekproeven van zowel autochtone als allochtone huishoudens. Daarnaast presenteren we nadere analyses van gegevens over autochtone Nederlanders over de manieren waarop wordt gegeven en het aantal doelen dat wordt gesteund.

1.1 Giften van geld en goederen

1.1.1 Hoeveel wordt er gegeven?

De totale waarde van giften van geld en goederen van huishoudens in het kalenderjaar 2007 wordt geschat op ongeveer € 1.944.882.000 ofwel 1.945 miljoen euro (1,94 miljard). Daarvan wordt 1.650 miljoen gegeven in de vorm van geld. Giften in de vorm van goederen worden op 295 miljoen euro geschat.

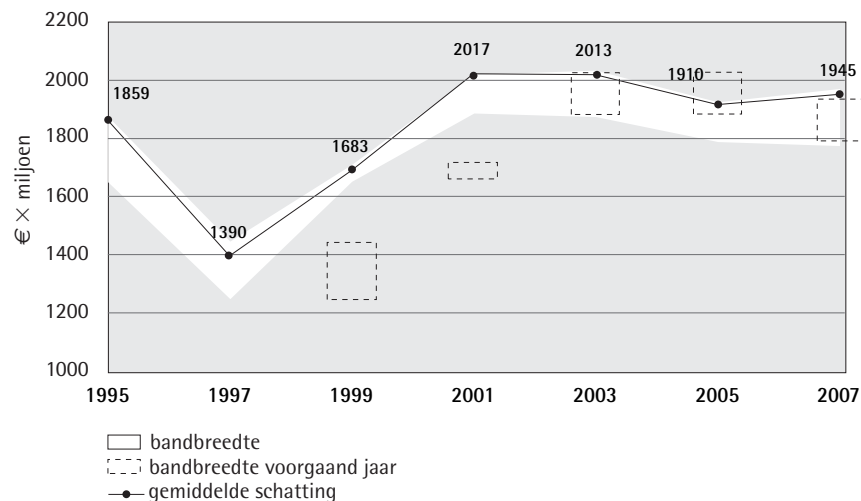
Tabel 1.1 Trends in totaal gegeven bedrag aan geld en goederen door Nederlandse huishoudens in de periode 1995-2007

	<i>x miljoen euro</i>							
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	(%)
Giften	1.254	990	1.211	1.482	1.576	1.506	1.650	85%
Goederen	165	132	203	306	323	349	295	15%
Giften en goederen	1.419	1.121	1.414	1.788	1.899	1.854	1.945	100%
Giften en goederen (gecorrigeerd voor inflatie)	1.859	1.390	1.683	2.017	2.013	1.910	1.945	

Uit de bedragen in tabel 1.1 kunnen we opmaken dat geldgiften in 2007 gestegen zijn ten opzichte van 2005. De toename van 1.506 naar 1.650 miljoen is 9,6%. Giften in de vorm van goederen zijn in deze periode gedaald van 349 naar 295 miljoen. De afname is 15,4%. De totale giften en goederen van huishoudens laten in 2007 ten opzichte van 2005 een lichte stijging zien van 1.854 naar 1.945 miljoen, ofwel 4,9%.

De stijging in de totale waarde van giften van geld en goederen tussen 2005 en 2007 is iets groter dan de inflatie in Nederland in deze jaren. De waarde van de giften van geld en goederen is, gecorrigeerd voor inflatie, tussen 2005 en 2007 licht gestegen, zo laat figuur 1.1. zien. We benadrukken nogmaals dat het om schattingen gaat die een bepaalde mate van onzekerheid in zich hebben. We hebben een bandbreedte berekend om aan te geven binnen welke marges de schattingen naar alle waarschijnlijkheid liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan geld en goederen is 1.945 miljoen euro. De hoogste schatting is 1.964 miljoen; de laagste 1.808 miljoen.

Figuur 1.1 Waarde van giften van geld en goederen door Nederlandse huishoudens in de periode 1995-2007 (in miljoenen, met inflatiecorrectie)

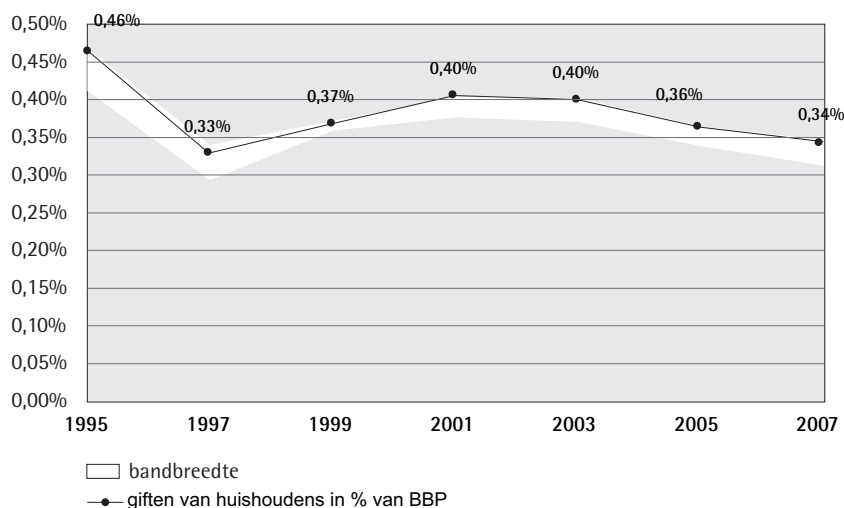


We spreken pas van een toename als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar. In de jaren 1999-2001 was dit bijvoorbeeld het geval. Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar onder de hoogste schatting van het voorgaande jaar blijft, spreken we van stabilisatie. Dit was bijvoorbeeld het geval in de jaren 2003-2005. Er was weliswaar een lichte afname, maar die viel ruim binnen de bandbreedte.

Zo gezien was er tussen 2005 en 2007 sprake van stabilisatie in de giften van huishoudens. We zien dat de laagste schatting voor 2007 (1.808 miljoen) lager uitvalt dan de hoogste schatting voor 2005 (1.921 miljoen).

In figuur 1.2 zijn de giften van huishoudens afgezet tegen het Bruto Binnenlands Product (BBP). De giften van geld en goederen door huishoudens in 2007 vertegenwoordigen een waarde van ongeveer 0,34% van het Bruto Binnenlands Product. Omdat het BBP iets sterker gegroeid is dan de giften, zien we een licht dalende trend in deze figuur. In 1995 vertegenwoordigden de giften van huishoudens nog 0,46% van het BBP.

Figuur 1.2 Waarde van giften van geld en goederen door Nederlandse huishoudens ten opzichte van het Bruto Binnenlands Product (BBP) in de periode 1995-2007



In tegenstelling tot schattingen uit voorgaande jaren is de schatting van het totaal gegeven bedrag aan giften en goederen in 2007 gebaseerd op steekproeven van zowel autochtone als allochtone Nederlanders. Voorheen werden de schattingen uitsluitend gebaseerd op steekproeven van autochtone Nederlanders. Omdat het percentage allochtone huishoudens in Nederland de laatste jaren steeds verder is toegenomen, leidde de oude methode tot steeds minder realistische schattingen. Per 1 januari 2007 was volgens het CBS 76,2% van de huishoudens geheel autochtoon.¹ De schattingen van het onderhavige *Geven in Nederland*-onderzoek zijn daarom niet alleen gebaseerd op een grote groep autochtone Nederlanders, maar ook op (kleinere) steekproeven van vijf groepen niet-westerse allochtone Nederlanders.² In tabel 1.2 worden de gemiddelde giften onder autochtonen en allochtonen weergegeven.

De giften van autochtone Nederlanders zijn gemiddeld € 277 per huishouden. Allochtone huishoudens geven gemiddeld € 249. Onder niet-westerse allochtonen is dit € 211.³ De totale allochtone geefmarkt heeft een waarde van net iets meer dan 426 miljoen euro. Dat

1 We beschouwen Nederlanders die niet in Nederland geboren zijn of minimaal een ouder hebben die niet in Nederland is geboren als allochtoon. De meeste Nederlanders die volgens deze definitie allochtonen zijn, hebben wortels in Westerse landen (974.278 huishoudens). Zij worden daarom westerse allochtonen genoemd. In totaal 490.610 huishoudens zijn van Turkse, Marokkaanse, Surinaamse, Arubaans/Antilliaanse of Afghaanse herkomst. 249.919 huishoudens zijn afkomstig uit overige niet-westerse landen.

2 Het betreft 1461 autochtone huishoudens, 161 Turkse huishoudens, 160 Marokkaanse, 155 Surinaamse, 109 Afghaanse en 156 Antilliaanse huishoudens. We veronderstellen dat de giften in deze minderheidsgroeperingen gemiddeld hetzelfde zijn als in de overige niet-westerse allochtonen.

3 We veronderstellen dat de westerse allochtonen hetzelfde geven als de autochtonen. Voor nadere uitleg zie de methodologische verantwoording.

is bijna 22% van het totaalbedrag aan giften door huishoudens in Nederland. Overigens komt 14% voor rekening van westerse allochtonen en 8% voor rekening van niet-westerse allochtonen.

Tabel 1.2 Gemiddelde giften van geld en goederen en totale waarde van giften in 2007 naar etnische herkomst in miljoenen euro

<i>Herkomst</i>	<i>Gemiddelde giften in €</i>	<i>Aantal huishoudens</i>	<i>Totale giften in miljoenen €</i>
Niet-westerse allochtonen	211	740.529	156
Westerse allochtonen	277	974.278	270
Alle allochtonen	249	1.714.807	427
Autochtonen	277	5.475.533	1.518
Totaal Nederlandse bevolking	270	7.190.340	1.945

1.1.2 Hoeveel huishoudens geven geld en/of goederen?

Het percentage van de Nederlandse huishoudens dat geeft aan goededoelenorganisaties is tussen 2005 en 2007 verder gestegen. In 2005 zei nog 83% van de huishoudens in het afgelopen jaar giften in de vorm van geld of goederen gedaan te hebben. In 2007 is dit verder gestegen naar 90%. We zien dat zowel het percentage dat giften in de vorm van geld heeft gedaan is gestegen als het percentage dat giften in de vorm van goederen heeft gedaan.¹

Tabel 1.3 Percentage huishoudens dat heeft gegeven in de periode 1995-2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Giften	78	71	71	82	84	83	88
Goederen	30	23	28	41	35	35	38
Giften en goederen	79	73	73	84	84	83	90

1.1.3 Hoeveel geven de huishoudens gemiddeld?

In deze paragraaf worden zowel de gemiddelde giften van geld en goederen onder alle huishoudens gepresenteerd (tabel 1.4) als de gemiddelde giften van geld en goederen onder de huishoudens die geven (tabel 1.5).

¹ De stijging van het percentage huishoudens dat geeft is gedeeltelijk het gevolg van een verbeterde vraagstelling. Zie de methodologische verantwoording voor nadere uitleg.

De gemiddelde giften van geld en goederen onder *alle* huishoudens in Nederland bedraagt in 2007 € 270 (tabel 1.4). De gemiddelden in deze tabel zijn gebaseerd op zowel gevers als niet-gevers. We zien een toename van de gemiddelde waarde van giften van geld en goederen. Deze stijging wordt echter met name veroorzaakt door de toename van het percentage huishoudens dat heeft gegeven (zie ook tabel 1.3).

Tabel 1.4 Gemiddelde giften van geld en goederen in euro's onder alle huishoudens van 1995 tot 2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Giften	197	151	179	216	226	211	229
Goederen	49	20	30	44	47	49	41
Giften en goederen	243	169	210	261	270	257	270

Als we vervolgens kijken naar de gemiddelde giften van geld en goederen onder de '*gevers*' (zie tabel 1.5), dan ligt de waarde in 2007 gemiddeld op € 301.¹ Tabel 1.5 laat zien dat de vrijgevigheid van Nederlandse huishoudens in feite is afgenomen sinds 2003. In 2003 gaven huishoudens nog gemiddeld € 322; in 2005 was dat gedaald naar € 310 en in 2007 naar € 301. De daling komt vooral door de afname in de waarde van gedoneerde goederen.

Tabel 1.5 Gemiddelde giften van geld en goederen in euro's per huishouden dat heeft gegeven van 1995 tot 2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Giften	250	213	252	263	269	254	260
Goederen	162	88	108	108	133	141	109
Giften en goederen*	305	232	288	311	322	310	301

* De gemiddelde totale giften zijn kleiner dan de som van de gemiddelde giften en goederen omdat niet alle huishoudens die geld geven ook goederen doneren en andersom.

Ook het CBS constateerde in februari 2009 op basis van het budgetonderzoek een daling van de giften in 2007 vergeleken met eerdere jaren (CBS, 2009). De resultaten van het CBS zijn echter niet goed vergelijkbaar met de GIN-gegevens. Het CBS rekent giften in de vorm van goederen niet mee, maar contributies en lidmaatschapsgelden weer wel. Dit is verwonderlijk omdat giften van goederen wel giften zijn en lidmaatschapsgelden niet. Bovendien vraagt het CBS op een veel minder uitgebreide manier naar giften. Uit diverse studies is bekend dat daardoor de hoogte van giften wordt onderschat (zie de methodologische verantwoording aan het eind van het boek voor meer informatie). Als we de uitgaven aan goede doelen die het CBS over 2007 registreerde in de vorm van 'collectes en donaties'

1 Ook de stijging van de gemiddelde giften van geld is gedeeltelijk het gevolg van een verbeterde vraagstelling. Zie de methodologische verantwoording voor nadere uitleg. NB: de daling van giften van goederen zien we dus ondanks de verbeterde manier van vragen.

bezien en de contributies buiten beschouwing laten, komt het CBS uit op een gemiddelde gift per huishouden van € 149, een stuk lager dan de € 260 uit tabel 1.5.¹

Box 1 Trend bij de longitudinale groep

Het *Geven in Nederland*-onderzoek is zo veel mogelijk onder dezelfde huishoudens uitgevoerd als vorige keer. Dit maakt het mogelijk om te toetsen of de toename die we lijken te zien in figuur 1.1 op toeval berust of niet. De GIN respondenten die ook in de vorige editie van het onderzoek meededen (n = 910) noemen we de longitudinale groep. In deze groep is een vergelijking gemaakt van de giften in 2005 en in 2007.^{*} In deze vergelijking stuiten we echter op een opvallend verschil tussen de longitudinale groep en de overige respondenten. In 2005 was het gemiddelde bedrag dat alle respondenten uit de longitudinale groep gaven € 218. In 2007 was dat echter gezakt naar € 203. Dit is een afname van 6,9%. Met een gepaarde t-toets hebben we getoetst of dit verschil significant is. De afname is niet significant bij een onzekerheidsmarge van 5%, maar blijft wel net binnen de marge van 10% (om precies te zijn is de kans 9,9%).^{**} Dit maakt het waarschijnlijk dat er in de longitudinale groep inderdaad een afname in de giften heeft plaatsgevonden. We zullen later (in paragraaf 1.5) zien in welke groepen de giften met name gedaald zijn.^{***}

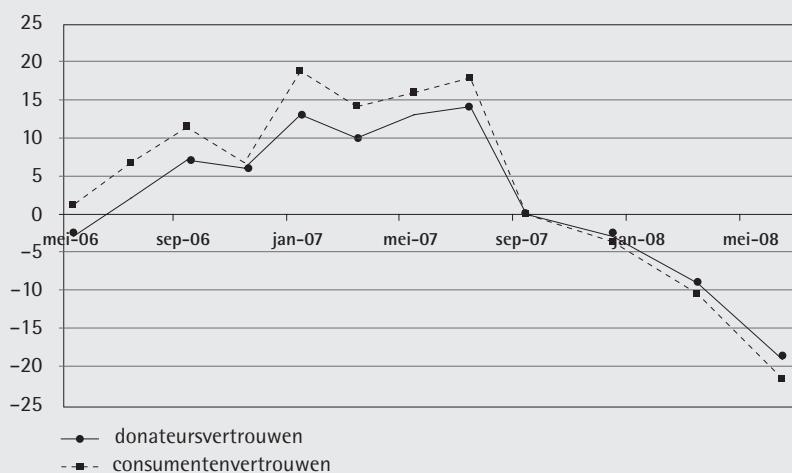
We hebben enkele mogelijke verklaringen onderzocht voor de daling van de giften tussen 2005 en 2007 in de longitudinale groep. We zien dat de daling in giften samengaat met een afname van het vertrouwen in goededoelenorganisaties. De afname in het vertrouwen in goededoelenorganisaties ligt echter niet zozeer aan de goededoelenorganisaties zelf, zo lijkt het. De irritatie over de hoeveelheid fondsenwervingsbrieven is namelijk gedaald. In 2006 zei nog 84% van de respondenten zich wel eens te ergeren over verzoeken om giften; in 2008 is dit gedaald naar 80%. De afname in het vertrouwen in goededoelenorganisaties is eerder het gevolg van een afname in algemene altruïstische waarden en maatschappelijke verantwoordelijkheid zoals gemeten met de filantropieschaal (Schuyt, Smit & Bekkers, 2004).^{****}

- * Deze groep is niet representatief voor de Nederlandse bevolking als geheel. Zie de methodologische verantwoording voor een nadere toelichting.
- ** Als we de respondenten die in beide edities geen giften rapporteerden buiten beschouwing laten, en alleen de gevers uit beide edities van het onderzoek behouden (n = 668) zijn deze bedragen respectievelijk € 270 en € 252. Dit is een afname van 6,7%. Ook de kans dat dit verschil significant is ligt tussen de 5% en 10% (om precies te zijn is de kans 9,3%).
- *** We moeten er wel rekening mee houden dat in 2005 een groot bedrag aan giften is overgemaakt voor de slachtoffers van de Tsunami die plaatsvond met Kerst 2004. Als deze buitengewone giften buiten beschouwing gelaten waren, zou de gemiddelde gift in 2005 lager zijn geweest. Ten opzichte van dat bedrag zijn de giften in 2007 waarschijnlijk niet gedaald.
- **** De filantropieschaal meet de betrokkenheid bij algemene maatschappelijke doelen en de bereidheid van mensen daar zelf aan bij te dragen. Een hogere score op de filantropieschaal gaat samen met giften aan goededoelenorganisaties op vele terreinen (Schuyt, Smit & Bekkers, 2004) en met deelname aan vrijwilligerswerk (Bekkers, 2007a).

1 De collectes en donaties bestaan uit giften 'aan charitatieve organisaties, kerkcollectes en bijdragen aan kerken/godsdienstverenigingen, donaties aan jeugdverenigingen, muziekverenigingen, politieke partijen en overige donaties aan belangenverenigingen'. Doelen op het terrein van internationale hulp, gezondheid, milieu, natuurbehoud en dierenbescherming, onderwijs en onderzoek, cultuur, sport en recreatie en maatschappelijke en sociale doelen worden niet expliciet genoemd. Giften aan deze organisaties worden daardoor waarschijnlijk onderschat.

Uit ander onderzoek op basis van het Nederlands Donateurs Panel (NDP) is bekend dat het donateursvertrouwen sterk samenhangt met het algemene consumentenvertrouwen. Dit is sterk afgenomen tussen deze en de vorige GIN-meting (respectievelijk in mei 2008 en mei 2006).

Figuur 1.3 Publieksvertrouwen in de goede doelensector



Bron: WWAV (2008). *Publieksvertrouwen in de goede doelensector*. Onderzoeksrapportage december 2008.

1.2 Doelen waaraan gegeven wordt

Kerkelijke en levensbeschouwelijke instellingen kunnen in 2007 op het grootste bedrag aan giften en goederen rekenen (maar liefst 898 miljoen euro), gevolgd door internationale hulp met 298 miljoen euro en gezondheid op een derde plaats met 264 miljoen euro. Dit patroon zagen we eveneens in de jaren daarvoor. De totaalbedragen per doel zijn daarentegen wel aan verandering onderhevig. Zo zien we bijvoorbeeld een sterke afname van het gegeven bedrag aan internationale hulp, een toename van het gegeven bedrag aan maatschappelijke en sociale doelen en een afname van het bedrag dat aan cultuur is gegeven. Voor een uitgebreidere analyse over de jaren heen per doel verwijzen we naar deel B van dit boek.

Tabel 1.6 Totaalbedragen in percentages van geldgiften en goederen per doel van de Nederlandse bevolking van 1995–2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	40	43	30	39	45	38	46
Gezondheid	18	12	17	13	15	13	14
Internationale hulp	20	20	23	21	16	24	15
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	7	9	9	7	8	9	9
Onderwijs en onderzoek	1	2	1	2	2	2	1
Cultuur	1	2	2	2	1	2	1
Sport en recreatie	2	2	5	3	2	2	2
Maatschappelijke en sociale doelen	6	7	9	10	7	9	10
Anders	3	2	3	4	3	3	2
Totaalbedrag (x miljoen euro)	1.419	1.121	1.414	1.788	1.899	1.854	1.945

1.2.1 Hoeveel geld aan welke doelen?

De geldgiften van de Nederlandse huishoudens komen in 2007 – net als in andere jaren – grotendeels ten goede aan kerkelijke of levensbeschouwelijke instellingen. Zij kunnen rekenen op 840 miljoen euro, een stijging van 30% ten opzichte van 2005. In 2007 hebben doelen op het gebied van internationale hulp de een na hoogste donaties ontvangen. Gezondheid volgt op een derde plaats. De daling bij internationale hulp is opvallend. In 2005 waren giften aan internationale hulp hoog door de succesvolle tsunami-actie. Daarom is het beter om te vergelijken met 2003. Zelfs zonder inflatiecorrectie is het absolute bedrag in 2007 lager dan in 2003.

Tabel 1.7 Totaalbedragen in percentages van geldgiften per doel van de Nederlandse bevolking in de periode 1995–2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	42	46	33	42	46	43	51
Gezondheid	19	13	19	15	17	15	16
Internationale hulp	18	17	18	17	14	21	13
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	8	10	8	8	10	10	10
Onderwijs en onderzoek	1	2	1	1	2	2	1
Cultuur	1	2	1	2	1	2	1
Sport en recreatie	2	2	2	3	2	2	2
Maatschappelijke en sociale doelen	5	5	5	7	6	3	5
Anders	3	2	3	4	2	2	1
Totaalbedrag (x miljoen euro)	1.254	990	1.211	1.482	1.576	1.506	1.650

1.2.2 Hoeveel goederen aan welke doelen?

Nederlanders geven ook goederen aan het goede doel. Hierbij kan gedacht worden aan kleding, schoeisel, voedsel, computers etc. In totaal schatten we de waarde van de geschonken goederen op 295 miljoen euro. Doelen op het gebied van internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen kunnen in 2007 rekenen op het hoogste bedrag in goederen.

Tabel 1.8 Totaalbedrag in percentages van goederen per van de Nederlandse bevolking in de periode 1995–2007

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	30	17	16	23	43	17	20
Gezondheid	10	2	10	5	3	2	3
Internationale hulp	39	44	39	37	27	36	29
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	4	2	4	3	1	2	2
Onderwijs en onderzoek	2	3	2	4	2	1	2
Cultuur	0	0	0	1	0	1	0
Sport en recreatie	1	2	1	4	3	1	1
Maatschappelijke en sociale doelen	12	28	12	22	15	34	38
Anders	3	2	3	2	5	7	6
Totaal	165	132	203	306	323	349	295

1.2.3 Giften aan lokale doelen

Voor het eerst hebben we in dit *Geven in Nederland*-onderzoek ook gevraagd naar de giften aan lokale goede doelen. Met name op het terrein van de ontwikkelingssamenwerking is de laatste jaren een trend waargenomen van kleinschalige particuliere initiatieven (projecten) in ontwikkelingslanden. Deze projecten zijn vaak opgezet of worden gesteund door mensen die sterk betrokken zijn geraakt bij deze projecten, en in hun persoonlijke omgeving fondsen werven. Uit tabel 1.9 blijkt dat 10% van de huishoudens dit soort projecten steunt. De gemiddelde gift aan deze projecten is € 72. Lokale sportverenigingen worden door 14% gesteund, met gemiddeld € 26 per jaar. Ook buurtverenigingen en lokale onderwijsinstellingen worden door een klein percentage gesteund (6%). Andere lokale organisaties worden minder vaak gesteund.

Tabel 1.9 Giften aan lokale goededoelenorganisaties

	%	Gemiddeld gegeven bedrag in euro
Een lokale sportvereniging (niet de normale contributie)	14	26
Een kleinschalig goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking (bijv. aan iemand die u kent die een weeshuis in Zimbabwe heeft opgericht; het gaat om 'particulier initiatief' op het gebied van ontwikkelingssamenwerking)	10	72
Een lokale onderwijsinstelling (inclusief vrijwillige ouderbijdrage)	6	36
Een buurtvereniging (een vrijwillige donatie)	6	18
Een lokale culturele instelling (bijvoorbeeld een theater of museum in uw woonplaats)	3	36
Een lokale zorginstelling (bijv. bejaardenhuis)	2	12
Een lokale gezondheidszorginstelling (bijv. ziekenhuis)	1	9
Overige lokale doelen	2	55

1.3 Hoe wordt gegeven?¹

In Nederland zijn goededoelenorganisaties op veel verschillende manieren actief in het werven van steun van de bevolking. Tabel 1.10 geeft dit weer. De volgorde van populariteit van de diverse manieren van geven lijkt sterk op die in de vorige editie van GIN. Giften naar aanleiding van een televisieactie kwamen in 2007 echter minder vaak voor dan in 2005. Dit komt waarschijnlijk doordat veel Nederlanders in 2005 gaven voor de slachtoffers van de tsunami. In 2007 vond geen dergelijke actie plaats voor een grote ramp. Ook blijkt dat Nederlanders minder vaak via de collecte op straat zijn gaan geven en via persoonlijke sponsoring. Wel is het loterijpubliek gegroeid.

1.4 Hoe wordt gevraagd?

Wat Nederlanders op welke manier geven is niet simpelweg een uitkomst van de voorkeur voor deze manieren van geven. De meeste giften in Nederland worden gedaan nadat men om een gift gevraagd is. Ook de goededoelenorganisaties beïnvloeden de populariteit van verschillende manieren van geven door het publiek op specifieke manieren te benaderen. Tabel 1.11 laat zien op welke manieren de respondenten in de twee weken voorafgaand aan het onderzoek gevraagd zijn om giften en of ze toen iets hebben gegeven. Dit percentage kan gezien worden als het gemiddelde 'succespercentage' voor deze manier van vragen.

De huis-aan-huis collecte is de meest voorkomende manier waarop Nederlanders gevraagd wordt om een bijdrage aan goededoelenorganisaties: bijna de helft van de ondervraagden zegt in de afgelopen twee weken aan de deur gevraagd te zijn (zie tabel 1.11). Het is ook een

¹ Cijfers in deze paragraaf en in de paragrafen 1.4 en 1.5 zijn gebaseerd op gegevens van alleen autochtone huishoudens. De special over niet-westerse allochtonen geeft cijfers over deze huishoudens.

succesvolle manier om te geven: 69% van degenen die een collectant langs de deur heeft gekregen, zegt ook gegeven te hebben. Het gemiddelde bedrag is met € 4,25 echter laag.¹

Tabel 1.10 Manieren van geven in afgelopen jaar onder autochtone huishoudens (in %)

	2005	2007
<i>A. Gepland geven</i>		
vast donateurschap	47	47
vaste bijdrage aan kerk, moskee, levensbeschouwelijke organisatie	30	29
vaste inhouding op loon	4	3
periodieke schenking	1	2
<i>B. Spontaan geven</i>		
huis-aan-huis collecte	90	86
collecte op straat	51	43
iemand sponsoren	62	55
collecte in de kerk	38	37
collecte via vereniging	27	20
collecte in de winkel	33	26
collecte op het werk	14	11
televisieactie	40	14
brief met acceptgiro	27	23
via internet	8	6
collecte tijdens manifestatie	15	14
na oproep in geschreven pers	9	4
goederen verkopen	15	11
<i>C. Spontaan geven met profijt/kopen voor een goed doel</i>		
meespelen in Nationale Postcode Loterij	42	41
meespelen in Sponsor Bingo Loterij	11	13
meespelen in BankGiro loterij	13	12
meespelen in Lotto	17	16
meespelen in andere loterijen	10	34
iets kopen in wereldwinkel	36	35
entree betalen voor liefdadigheidsbijeenkomst	9	7
iets kopen op liefdadigheidsbijeenkomst	27	25
iets kopen aan de deur	35	31
<i>D. kleding in container doen</i>	79	77
<i>E. op andere manieren</i>	16	16

Iets minder dan een vijfde (18%) van de respondenten zegt in de twee weken voor het GIN onderzoek een brief met acceptgiro ontvangen te hebben. Van deze groep zegt bijna een kwart met een gift te hebben gereageerd.

¹ Dit bedrag wordt bovendien nogal sterk beïnvloed door twee hoge bedragen van respectievelijk € 250 en € 522. Als deze bedragen buiten beschouwing worden gelaten, is het gemiddelde € 3,50.

Tabel 1.11 Manieren waarop autochtone respondenten gegeven hebben en gevraagd zijn

	<i>Gevraagd afgelopen twee weken (%)</i>	<i>Gegeven indien gevraagd (%)</i>	<i>Gegeven afgelopen twee weken (%)</i>	<i>Bedrag (€)</i>	<i>Gegeven afgelopen jaar (%)</i>
Huis-aan-huis collecte	49	69	35	4,25	86
brief met acceptgiro	18	24	5	25,00	23
meespelen in loterij	14	22	5	8,75	51
collecte in de kerk	13	65	9	10,00	37
collecte op straat	11	30	4	3,50	43
iemand sponsoren	9	39	5	8,25	55
iets kopen aan de deur	8	23	2	12,00	31
televisieactie	7	10	1	25,00	14
via internet	3	10	1	46,00	6
na oproep in pers	3	13	1	21,25	4
collecte via vereniging	2	14	1	16,75	20
collecte bij manifestatie	2	21	1	8,75	14
collecte op het werk	1	36	1	5,25	11

De collecte in de kerk staat op de vierde plaats van meest genoemde manieren waarop respondenten in de afgelopen twee weken gevraagd zijn (13%). Ook dit is een succesvolle manier van benaderen: bijna twee derde van degenen die gevraagd zijn op deze manier zegt ook gegeven te hebben. Opvallend is echter dat de collecte in de kerk over een heel jaar gezien niet een veel gebruikte manier van geven is. In de cijfers over het hele jaar wordt de collecte in de kerk voorbijgestreefd door veel andere manieren van geven, zoals de collecte op straat, de persoonlijke sponsoractie en het meespelen in de loterij. Dit komt waarschijnlijk doordat de respondenten die in de afgelopen twee weken in de kerk zijn geweest een groep vormen van beperkte omvang. Van de respondenten zegt 10,5% wekelijks in de kerk te komen. Zij worden daar bijna allemaal gevraagd om een gift. Collectes op straat bereiken een veel breder publiek, maar lang niet iedereen die op straat loopt wordt ook daadwerkelijk gevraagd om een gift.

Iets meer dan een op de tien respondenten zegt een collecte op straat tegengekomen te zijn, en daarvan zeggen drie op de tien gegeven te hebben. Verder is de collecte op het werk interessant: Nederlanders worden zelden op deze manier gevraagd (1%), maar het succespercentage is wel redelijk hoog (36%). De manieren van inzameling die het laagste percentage succes opleveren zijn de televisieactie en het internet. De gemiddelde bedragen die op deze manieren gegeven worden zijn echter weer hoger dan gemiddeld (€ 25 en € 46).

1.5 Wie geeft wat en waarom?

In deze paragraaf beschrijven we sociaaldemografische kenmerken van huishoudens en enkele waardenoriëntaties die verband houden met geven aan goede doelen.¹ We bekijken eerst de volgende aspecten van geefgedrag: de kans om te geven en, als het huishouden gegeven heeft, het totaalbedrag in euro onder de 'gevers', dat wil zeggen de huishoudens die gegeven hebben (tabel 1.12).²

Het uitgangspunt van deze tabellen is het gemiddelde geefgedrag in 2005 van het referentiehuishouden. Het referentiehuishouden is een huishouden met een aantal kenmerken waarmee we huishoudens met andere kenmerken kunnen vergelijken.³ Als referentiehuishouden hebben we in onze analyses een huishouden genomen: waarin de respondent een man is, met een lager onderwijsniveau (LO/LBO), zonder betaald werk, geboren is na 1981, niet in één van de drie grote steden woont (Amsterdam, Rotterdam of Den Haag), een laag inkomen heeft,⁴ in een huurhuis woont, geen inkomen heeft uit vermogen, die nooit naar de kerk gaat, niet bij een kerkgenootschap behoort, alleenstaand is, geen kinderen heeft, nooit of niet zo vaak gevraagd wordt om een bijdrage aan een goed doel, een laag of gemiddeld niveau van altruïstische waarden heeft, een laag of gemiddeld niveau van vertrouwen in goededoelenorganisaties en een zwakke of gemiddelde sociale norm om te geven ervaart.⁵ Vervolgens hebben we de verschillen berekend tussen huishoudens met allerlei kenmerken en het referentiehuishouden. In de tabellen in deze paragraaf geven we de resultaten van onze analyses schematisch weer in de vorm van een + voor een positief verband en een – voor een negatief verband. Om het overzichtelijk te houden geven we de sterkte van het verband niet weer. (Op www.geveninnederland.nl treft u in de bijlagen bij hoofdstuk 1 de volledige resultaten, met daarin de exacte coëfficiënten voor alle variabelen).

Wie geeft?

We zien in de eerste kolom van tabel 1.12 vertrouwde relaties van sociaaldemografische kenmerken met de kans om te geven: vrouwen geven vaker dan mannen, hoger opgeleiden geven vaker dan lager opgeleiden, mensen met betaald werk geven vaker dan mensen zonder betaald werk, inwoners van de drie grote steden uit de Randstad geven minder vaak dan inwoners van andere gemeenten, onkerkelijke Nederlanders geven minder vaak

1 De kenmerken die we hebben geanalyseerd, zijn geselecteerd op basis van een overzicht van de literatuur over geefgedrag (Bekkers & Wiepking, 2006).

2 Dit zijn huishoudens die minstens één keer een bedrag noemen op de vraag wat zij in 2005 aan de negen soorten maatschappelijke en goede doelen gegeven hebben.

3 Het referentiehuishouden is zodanig gekozen dat de meeste kenmerken in de analyse een positief verband vertonen met geefgedrag.

4 We hebben de huishoudens ingedeeld in vijf inkomensgroepen van laag naar hoog, zogenaamde quintielen. Het eerste quintiel, dat zijn de twintig procent huishoudens met de laagste inkomens, vormt de vergelijkingsgroep.

5 Sommige kenmerken van de respondenten zijn uniek voor de respondent en gelden niet noodzakelijk ook voor de andere leden van het huishouden. Om de invloed van persoonskenmerken helemaal goed te schatten zouden we ook gegevens over de financiële besluitvorming over giften en kenmerken van de partner in de analyse moeten betrekken. Omdat giften aan goede doelen organisaties in meerpersoonshuishoudens in de regel een gezamenlijke beslissing zijn van de partners in het huishouden zullen immers ook de unieke kenmerken van de partner nog een invloed hebben. Meer informatie over besluitvorming en invloeden van de partner vindt u in Wiepking & Bekkers, 2007.

dan kerkelijke, hogere inkomens en huizenbezitters geven vaker dan lagere inkomens en huurders. Wat betreft sociale waarden blijkt dat een hogere score op de filantropieschaal, sterker altruïstische waarden en een hoger niveau van vertrouwen in goededoelenorganisaties kenmerkend zijn voor mensen die geven aan goede doelen. De analyses laten ten slotte ook zien dat gevers vaker gevraagd worden om giften.

Opleidingsniveau en kerkelijkheid hangen niet zo sterk samen met de kans om te geven als in eerder onderzoek, omdat we rekening houden met altruïstische waarden en vertrouwen in goededoelenorganisaties. Meestal wordt met deze factoren geen rekening gehouden. Dat we nu minder sterke verbanden zien met opleiding en kerkelijkheid betekent dat de grotere kans om te geven van kerkelijke en hoger opgeleide mensen gedeeltelijk verklaard wordt door hun sterker altruïstische waarden (dit geldt met name voor de kerkelijken) en hun hogere mate van vertrouwen in goededoelenorganisaties (dit geldt met name voor de hoger opgeleiden). Overigens neemt ook de relatie van leeftijd, inkomen, betaald werk, altruïstische waarden en vertrouwen in goededoelenorganisaties met de kans om te geven af omdat we rekening houden met de kans om gevraagd te worden en de sociale norm om te geven.¹

Er zijn enkele veranderingen opgetreden in de samenstelling van het geefpubliek. We zien dit door de resultaten van de analyse van giften in 2007 te vergelijken met de resultaten van een vergelijkbare analyse van giften in 2005, zoals we die in het vorige *Geven in Nederland*-onderzoek hebben gerapporteerd. Jongeren zijn vaker gaan geven sinds 2005. Protestantse Nederlanders die zich binnen de PKN tot de Hervormde Kerk of de Gereformeerde Kerken voelen behoren zeggen in 2007 letterlijk allemaal te geven. In eerder GIN-onderzoek vonden we weliswaar dat Protestanten vaker gaven dan onkerkelijke Nederlanders, maar niet allemaal.

Wie geeft meer?

We zien in de tweede kolom van tabel 1.12 dat giften aan goededoelenorganisaties hoger zijn onder hoger opgeleiden, mensen geboren voor 1941, inwoners van grote steden, huisbezitters, mensen met inkomen uit vermogen en frequente kerkgangers. De tabel laat ook zien dat een hogere score op de filantropieschaal en een sterkere sociale norm om te geven samengaan met hogere giften. De volledige resultaten (zie bijlagen bij hoofdstuk 1 op www.geveninnederland.nl) laten zien dat verbanden tussen de hoogte van giften en het aantal thuiswonende kinderen, een inkomen in het vijfde kwintiel en vertrouwen in goededoelenorganisaties aanvankelijk wel significant zijn, maar verdwijnen als rekening wordt gehouden met kerkgang en de norm om te geven.²

1 In de volledige tabel (in de bijlagen bij hoofdstuk 1 op www.geveninnederland.nl) ziet u dit terug in de afnemende coëfficiënten in model 2 en 3.

2 Het verband van altruïstische waarden met het gegeven bedrag is wel positief, maar niet significant omdat rekening is gehouden met het vertrouwen in goededoelenorganisaties. Respondenten met sterker altruïstische waarden hebben ook meer vertrouwen in goededoelenorganisaties (Bekkers & Bowman, 2009).

Tabel 1.12 Profiel van huishoudens die geven

	<i>Niet/wel</i>	<i>Bedrag</i>
Vrouw	+	0
<i>Basis: primair onderwijs</i>	0	0
mbo/havo/vwo	0	0
hbo/wo	+	+
Betaald werk	+	0
Geboren voor 1941	0	+
Geboren tussen 1941 en 1950	0	0
Geboren tussen 1951 en 1960	0	0
Geboren tussen 1961 en 1970	0	0
Geboren tussen 1971 en 1980	0	0
<i>Basis: geboren na 1981</i>	0	0
Grote stad	-	+
<i>Basis: Niet gelovig</i>	0	0
Katholiek	(+)	0
Nederlands Hervormd	+	0
Gereformeerd	+	0
Andere religie	(+)	0
Respondent heeft partner	0	0
Aantal inwonende kinderen	0	0
<i>Basis: 1^e inkomenswintiel</i>	0	0
2 ^e inkomenswintiel	0	0
3 ^e inkomenswintiel	+	0
4 ^e inkomenswintiel	+	0
5 ^e inkomenswintiel	+	0
Huiseigenaar	+	+
Inkomen uit vermogen	0	+
<i>Basis: zelden tot nooit naar de kerk</i>	0	0
Maandelijks kerkbezoek	0	0
Wekelijks kerkbezoek	0	+
Filantropieschaal	+	+
Altruïstische waarden	+	0
Vertrouwen in goede doelen	+	0
<i>Basis: zelden tot nooit gevraagd om giften</i>	0	0
Gemiddeld gevraagd om giften	+	0
Vaak gevraagd om giften	+	0
Norm om te geven	0	+

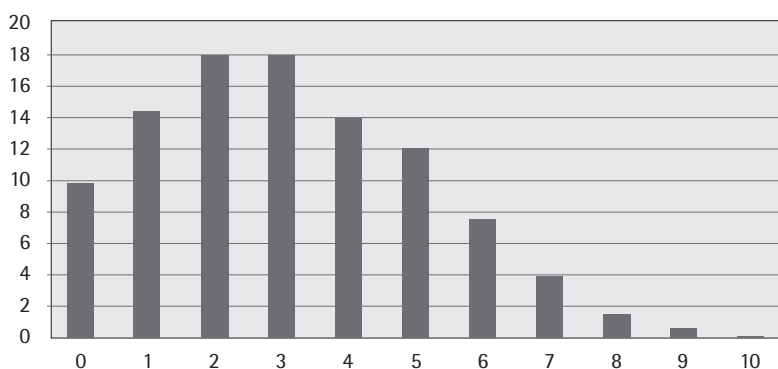
+ geeft een positief verband aan; - een negatief verband. (+) betekent dat de variabele oorspronkelijk een positief verband laat zien, maar dat het verband verdwijnt als rekening gehouden wordt met andere factoren in het model (op www.geveninnederland.nl treft u in de bijlagen bij hoofdstuk 1 de volledige resultaten).

Als we de resultaten van de analyse van de hoogte van de giften in 2007 vergelijken met de resultaten van een vergelijkbare analyse van giften in 2005 zien we vrij veel verschillen. Respondenten met een middelbare opleiding, mensen uit het eerste tot en met het vierde inkomenskwintiel, hervormden en gereformeerden en ook de regelmatige kerkgangers zijn minder gaan geven. Huiseigenaren en singles zijn juist meer gaan geven dan in 2005. Nader onderzoek zal moeten uitwijzen wat de achtergrond van deze veranderingen is.

Wie geeft aan meer soorten organisaties?

Figuur 1.4 laat zien aan hoeveel soorten organisaties Nederlanders geven. Bijna 10% van de Nederlanders gaf in 2007 aan geen enkele goededoelensector; iets meer dan 14% aan één type, 18% aan twee typen, ook 18% aan drie typen en vervolgens loopt het af naar 0,6% (welgeteld één respondent) dat aan alle tien soorten organisaties die we in GIN onderscheiden zeggen te geven. Gemiddeld geven Nederlanders aan 3,1 typen organisaties.

Figuur 1.4 Het aantal sectoren waaraan gegeven is in het afgelopen jaar



In de eerste kolom van tabel 1.13 hebben we het aantal soorten organisaties waar de respondent met het huishouden aan zegt te geven geanalyseerd. We zien in deze tabel in grote lijnen dezelfde resultaten als in tabel 1.12: giften aan een groter aantal typen organisaties worden vooral gedaan door vrouwen, hoger opgeleiden, mensen met betaald werk, ouderen, inwoners van middelgrote en kleine gemeenten, katholieken, hervormden, gereformeerden en andere gelovigen, respondenten met een partner, met thuiswonende kinderen, gemiddelde en hoge inkomens, huisbezitters, respondenten met inkomen uit vermogen en meer frequente kerkbezoekers. Bovendien zien we dat de filantropieschaal, altruïstische waarden, vertrouwen in goededoelenorganisaties, gevraagd worden en een sociale norm om te geven samengaan met giften aan een groter aantal goededoelenorganisaties.

De volledige resultaten laten zien dat sociale waarden gedeeltelijk verklaren waarom hoger opgeleide, oudere en kerkelijke Nederlanders en vrouwen geven aan goededoelenorganisaties in een groter aantal verschillende sectoren. Gevraagd worden en de sociale norm om

te geven verklaren geheel of gedeeltelijk waarom mensen met betaald werk, ouderen, kerkelijken en mensen met inkomen uit vermogen aan meer sectoren geven.

Tabel 1.13 Profiel van huishoudens die vaker/meer geven

	<i>Aantal sectoren</i>	<i>Aantal methoden</i>	<i>Totaal bedrag niet-kerkelijke giften</i>
Vrouw	+	+	+
<i>Basis: primair onderwijs</i>	0	0	0
mbo/havo/vwo	+	+	+
hbo/wo	+	+	+
Betaald werk	(+)	+	0
Geboren voor 1941	(+)	+	+
Geboren tussen 1941 en 1950	(+)	+	+
Geboren tussen 1951 en 1960	(+)	+	(+)
Geboren tussen 1961 en 1970	(+)	0	0
Geboren tussen 1971 en 1980	(-)	0	0
<i>Basis: geboren na 1981</i>	0	0	0
Grote stad	-	0	0
<i>Basis: Niet gelovig</i>	0	0	0
Katholiek	(+)	+	-
Nederlands Hervormd	+	+	0
Gereformeerd	+	0	0
Andere religie	(+)	(+)	0
Respondent heeft partner	(+)	+	0
Aantal inwonende kinderen	0	+	0
<i>Basis: 1^e inkomenskwintiel</i>	0	0	0
2 ^e inkomenskwintiel	0	0	0
3 ^e inkomenskwintiel	(+)	0	0
4 ^e inkomenskwintiel	0	0	0
5 ^e inkomenskwintiel	(+)	0	+
Huiseigenaar	+	(+)	+
Inkomen uit vermogen	(+)	0	+
<i>Basis: zelden tot nooit naar de kerk</i>	0	0	0
Maandelijks kerkbezoek	+	0	0
Wekelijks kerkbezoek	(+)	+	(+)
Filantropieschaal	+	+	+
Altruïstische waarden	+	+	+
Vertrouwen in goede doelen	+	+	+
<i>Basis: zelden tot nooit gevraagd om giften</i>	0	0	0
Gemiddeld gevraagd om giften	+	+	0
Vaak gevraagd om giften	+	+	0
Norm om te geven	+	+	+

+ geeft een positief verband aan; - een negatief verband. (+) betekent dat de variabele oorspronkelijk een positief verband laat zien, maar dat het verband verdwijnt als rekening gehouden wordt met andere factoren in het model (zie volledige resultaten in de bijlagen bij hoofdstuk 1 op www.geveninnederland.nl).

Een vergelijking van de resultaten in de eerste kolom van tabel 1.13 met de resultaten in de tweede kolom van tabel 1.12 laat enkele interessante verschillen zien. Vrouwen geven aan organisaties in een groter aantal sectoren, maar geen hoger bedrag. Dit geldt ook voor ouderen, hervormden en gereformeerden, de middeninkomens (derde kwintiel), mensen met sterkere altruïstische waarden en respondenten die vaker gevraagd worden om giften aan goededoelenorganisaties.

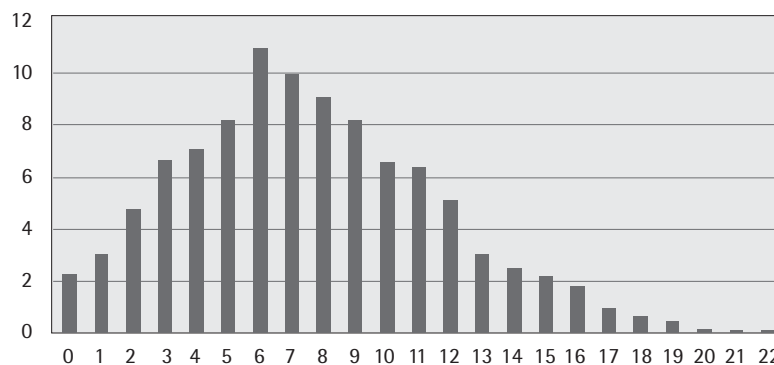
Wie geeft op meer manieren?

We hebben dit keer ook (voor het eerst) het aantal manieren waarop respondenten zeggen te geven aan goededoelenorganisaties geanalyseerd. We vroegen de GIN respondenten naar de manieren waarop ze goede doelen steunden in het afgelopen jaar.

In figuur 1.5 wordt de verdeling weergegeven. Gemiddeld geven Nederlanders in heel 2007 op maar liefst 7,6 manieren. Er zijn maar weinig Nederlanders die op geen enkele manier goededoelenorganisaties steunen (2,3%). Dit percentage is lager dan het percentage dat aan geen enkel type goed doel te geven in figuur 1.4 (9,8%). Dit komt doordat bij veel manieren van geven mensen niet rechtstreeks een gift doen aan een organisatie, maar het goede doel wel profiteert, zoals bij het meespelen in een van de goededoelenloterijen.

We vinden opnieuw een groot aantal relaties met kenmerken die we in de eerdere analyses ook al zagen. Uit tabel 1.13 blijkt echter ook dat huishoudens met hogere inkomens, huishoudens met vermogen en huishoudens met een gereformeerde achtergrond niet op meer manieren geven, hoewel we eerder zagen dat zij wel aan meer typen organisaties geven.

Figuur 1.5 Het aantal manieren waarop gegeven is in het afgelopen jaar

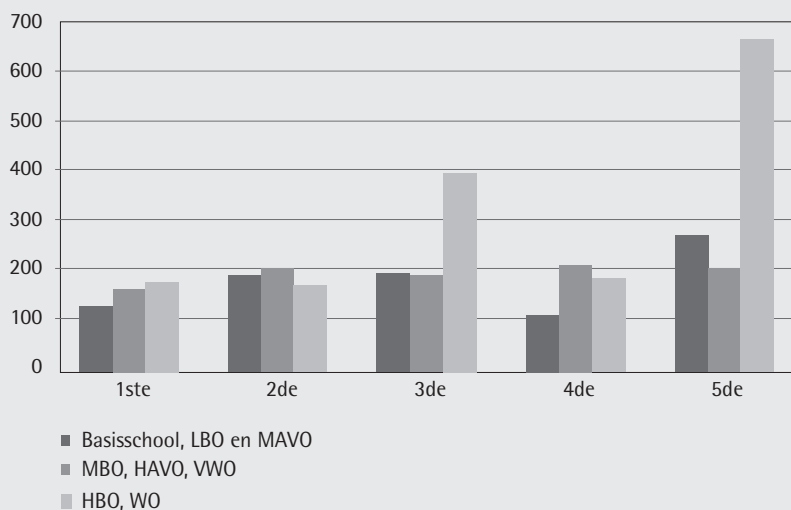


Box 2 Opleiding en inkomen: een gelukkig huwelijk?

Een bekende bevinding in het onderzoek naar geefgedrag is dat hoger opgeleiden en huishoudens met hogere inkomens meer geven. Normaal worden deze kenmerken gescheiden onderzocht. Eerder hebben we onderzocht in hoeverre het hogere inkomen van hoger opgeleiden een verklaring biedt voor hun grotere vrijgevigheid. Dat blijkt enigszins het geval te zijn, maar zeker geen complete verklaring (zie Bekkers (2006) en Wiepking & Maas (2009)). Ook als we rekening houden met het hogere inkomen van hoger opgeleiden blijft het zo dat mensen met een HBO/WO diploma meer geven dan mensen met een lagere opleiding. Dit bleek ook in de zojuist gepresenteerde analyses weer het geval. We hebben in deze editie van GIN wat uitgebreider gekeken naar de invloed van de combinatie van een hogere opleiding en hoger inkomen op het geefgedrag.

Een resultaat dat duidelijk uit figuur 1.6 naar voren komt, is de hoge gemiddelde donatie van respondenten met een hogere opleiding en een inkomen in het vijfde kwintiel. Daarnaast blijkt in overeenstemming met de verwachtingen dat hoger opgeleiden in het eerste, derde en vijfde inkomenskwintiel het meeste geld geven aan goede doelen. De rest van de resultaten zijn niet zo eenduidig te interpreteren en soms tegen de verwachtingen in. Opvallend is bijvoorbeeld dat respondenten met een lagere opleiding in het vijfde inkomenskwintiel hogere bedragen geven dan mensen met een gemiddeld opleidingsniveau. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat respondenten met een lage opleiding en een hoog inkomen relatief vaker een eigen bedrijf hebben en op deze manier vaker met verzoeken om giften in aanraking komen. Al met al blijkt de relatie tussen inkomen, opleiding en geefgedrag niet zo eenduidig als soms wordt gedacht.

Figuur 1.6 Gemiddelde giften naar opleidingsniveau in vijf inkomensgroepen



Giften aan niet-kerkelijke goededoelenorganisaties

Onderzoek op het terrein van geefgedrag specificeert steeds vaker het type organisaties waaraan mensen geven. Een populair onderscheid dat wordt gemaakt is tussen giften aan de kerk en giften aan andere organisaties (zie bijvoorbeeld Brown & Ferris, 2007). We zullen giften aan de kerk apart bespreken in deel B (zie hoofdstuk 7). Nu bespreken we giften aan alle andere (niet-kerkelijke) organisaties tezamen. Een vergelijking van deze achtergronden van giften aan deze organisaties met de achtergronden van het totaal gegeven bedrag leert welke factoren uniek zijn voor giften aan niet-kerkelijke organisaties.

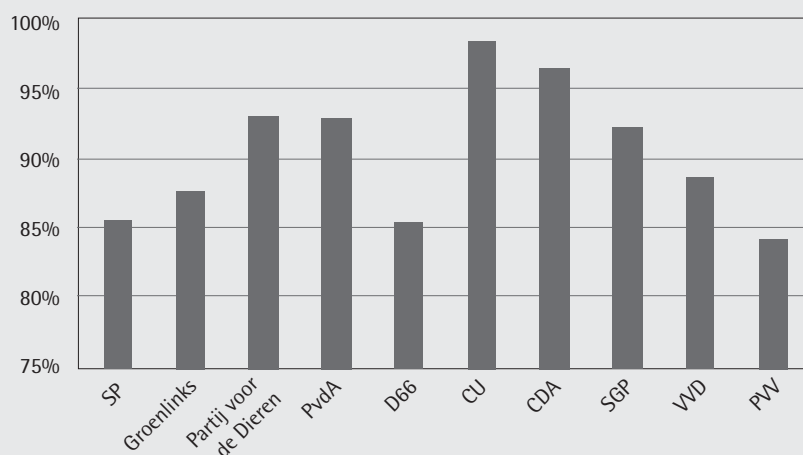
We zien in de derde kolom van tabel 1.13 dat giften aan niet-kerkelijke organisaties hoger zijn onder vrouwen, hoger opgeleiden, mensen van middelbare en hogere leeftijd, mensen met een hoog inkomen, een eigen huis, vermogenden, mensen die wekelijks naar de kerk gaan, mensen met sterker altruïstische waarden en meer vertrouwen in goededoelenorganisaties en onder degenen die een sterkere sociale norm ervaren om te geven. Giften aan niet-kerkelijke organisaties zijn lager onder katholieken dan onder onkerkelijken. De andere kerkelijke groepen wijken niet af van de onkerkelijken, maar let wel: als zij vaker naar de kerk gaan geven ze wel meer.

Wanneer we de verschillende bedragen die donateurs aan alle goede doelen samen geven vergelijken met de bedragen die ze aan niet-religieuze doelen geven, dan is er een aantal opvallende resultaten. Allereerst geven vrouwen € 23 meer aan niet-religieuze doelen dan mannen, terwijl er geen significante verschillen bestaan tussen mannen en vrouwen in totaal geefgedrag. Daarnaast bestaan er significante verschillen in de hoogte van donaties van respondenten geboren tussen 1941 en 1960 en mensen geboren na 1980 voor niet-religieuze donaties. Respondenten geboren tussen 1941 en 1950 (de 58-67 jarigen) geven ongeveer € 48 meer aan niet-religieuze doelen dan mensen geboren na 1980 (respondenten jonger dan 28). Ook de respondenten met de hoogste inkomens geven significant meer aan niet-religieuze doelen (€ 72) in vergelijking met de respondenten met de laagste inkomens, terwijl dit verschil niet bestaat voor totaal gegeven bedragen. Ten slotte vinden we dat de filantropieschaal en altruïstische waarden belangrijker zijn voor het geven van geld aan niet-religieuze doelen dan voor giften aan de kerk. Respondenten die een hoge score hebben op de filantropieschaal geven € 68 per jaar meer aan niet-religieuze goededoelenorganisaties en respondenten met sterke altruïstische waarden geven € 32 per jaar meer.

Box 3 Geven links en rechts hetzelfde?

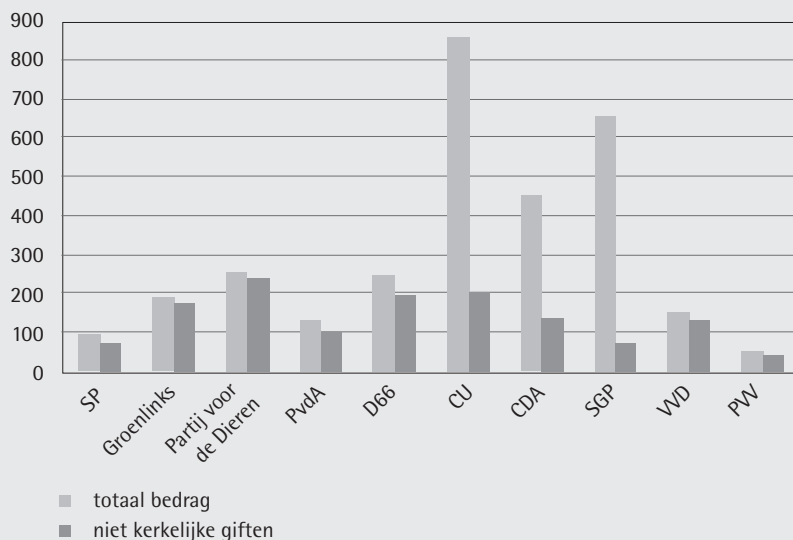
In de Verenigde Staten is het verband tussen politieke voorkeur en geefgedrag een controversieel onderwerp. Econoom Arthur Brooks trok veel aandacht met zijn bewering dat mensen met een conservatieve politieke voorkeur (vaker Republikeinen) meer geven dan mensen met een meer progressieve politieke voorkeur (vaker Democraten) (Brooks, 2006). De vrijgevigheid van conservatieven zou zich niet alleen doen gelden in grotere giften aan de kerk en religieuze organisaties, maar strekken zich ook uit tot seculiere giften. We zijn nagegaan hoe het verband ligt tussen de politieke voorkeur van onze GIN-respondenten en hun geefgedrag. We hebben politieke voorkeur gemeten door te vragen naar de partij waarop de respondenten bij de afgelopen tweede kamer verkiezingen hebben gestemd (november 2006).

Figuur 1.7 Het percentage van de respondenten dat het afgelopen jaar giften heeft gedaan aan goededoelenorganisaties naar politieke voorkeur



Figuur 1.7 laat zien dat stemmers aan beide extremen van het politiek spectrum het minst vaak geven. Dit zijn respondenten die op de SP en de PVV gestemd hebben. Uit figuur 1.8 blijkt dat aanhangers van deze partijen ook de laagste bedragen geven. Figuur 1.7 laat zien dat aanhangers van de christelijke partijen (CU, CDA en SGP) het vaakst geven. Figuur 1.8 laat zien dat het overgrote deel van de giften van de aanhangers van Christelijke partijen naar de kerken gaat. De belangrijkste factor in het geefgedrag van deze Nederlanders lijkt hun kerkelijke betrokkenheid te zijn. Als giften aan de kerk buiten beschouwing worden gelaten, geven aanhangers van de Partij voor de Dieren, D'66 en Groen Links het meest. VVD-aanhangers geven iets meer dan PvdA-aanhangers. De PVV-stemmers geven het minst.

Figuur 1.8 Totaalbedragen aan giften naar politieke voorkeur



Literatuur

- Bekkers, R. (2007a). 'Secularisering en filantropie in de 21^e eeuw'. Pp. 190-202 in: Kingma, V. & Van Leeuwen, M.H.D. (Eds.). *Filantropie in Nederland – Voorbeelden uit de periode 1770-2020*. Amsterdam: Aksant.
- Bekkers, R. (2007b). 'Values and Volunteering: A Longitudinal Study of Reciprocal Influences in the Giving in the Netherlands Panel Study'. Paper presented at the 36th Arnova conference, Atlanta.
- Bekkers, R. & W. Bowman (2009, te verschijnen). 'The Relationship Between Confidence in Charitable Organizations and Volunteering Revisited'. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*.
- Bekkers, R. & P. Wiepking (2006). 'Generosity and Philanthropy: A Literature Review'. Report commissioned by the John Templeton Foundation. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1015507>
- Bekkers, R. (2006). 'Traditional and Health-Related Philanthropy: The Role of Resources and Personality'. *Social Psychology Quarterly*, 68 (4): 349-366.
- Brooks, A.C. (2006). *Who Really Cares: The Surprising Truth about Compassionate Conservatism*. New York: Basic Books.
- CBS (2009). 'Huishoudens geven minder aan goede doelen'. *CBS Webmagazine*, 9 februari 2009.
- Brown, E. & J.M. Ferris (2007). 'Social Capital and Philanthropy: An Analysis of the Impact of Social Capital on Individual Giving and Volunteering'. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1), 85-99.

- Schuyt, T.N.M., J. Smit & R. Bekkers (2004). 'Constructing a Philanthropy-scale: Social Responsibility and Philanthropy'. Paper presented at the 33d Arnova Conference, Los Angeles.
- Wiepking, P. & R. Bekkers (2006). 'Does who decides really matter? Paper presented at the 35th Arnova Conference.
- Wiepking, P. & I. Maas (2009). Resources That Make You Generous: Effects of Human, Financial, and Social Resources on Charitable Giving. *Social Forces*, 86.

Nalatenschappen

Samenvatting

Voor zover de cijfers bekend zijn, is in 2007 240 miljoen euro aan goede doelen nagelaten. Deze cijfers zijn ontleend aan het Verslag Fondsenwerving (2007) van het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) en gebaseerd op 231 geldwervende instellingen die melding maakten van nalatenschappen. Het CBF is tot op heden de enige informatiebron, het geeft echter geen totaalbeeld. Nalatenschappen aan kerkelijke instellingen vallen hier buiten, evenals de nalatenschappen aan de vele non-profit instellingen (musea, culturele instellingen, onderwijsinstellingen, ziekenhuizen), alsook aan lokaal opererende geldwervende fondsen.

Sinds 2005 zijn de inkomsten uit nalatenschappen gestegen van 182 miljoen euro naar 240 miljoen euro. Het CBF heeft echter geen verklaring voor deze stijging.

Gezondheidsdoelen ontvangen het grootste bedrag (96 miljoen euro) uit nalatenschappen, gevolgd door maatschappelijke en sociale doelen (53 miljoen euro).

2.1 Inleiding

Uitgangspunt in dit hoofdstuk is dat iemand het goede doel wil laten delen in zijn of haar nalatenschap. Zou hij daartoe geen stappen ondernemen, dan vererft zijn vermogen volgens de wet en gaat het naar familie of, indien er niemand is die kan erven, naar de staat. Voor een goed begrip van de in dit hoofdstuk opgenomen cijfers volgt hierna eerst een aantal definities:

Het geheel van bezittingen en schulden die een overledene achterlaat noemen we *nalatenschap* of erfenis. Hoe de gehele of gedeeltelijke erfenis wordt verdeeld, kan worden vastgelegd in een uiterste wilsbeschikking. Daarvoor zijn meerdere vormen mogelijk, maar de meest gangbare is het testament vastgelegd in een notariële akte. In het testament kunnen onder meer erfgenamen worden aangewezen (dit is een *erfstelling*) en legaten worden gemaakt.

Een *erfgenaam* krijgt de hele erfenis of een evenredig deel daarvan. Wanneer de erfgenaam aanvaardt, gaan de goederen en rechtsvorderingen van de erflater van rechtswege op hem over, van rechtswege wil zeggen 'automatisch', zonder dat hij er iets voor hoeft te doen. De erfgenaam kan ervoor kiezen de erfenis beneficiair te aanvaarden. Deze manier van aanvaarden voorkomt dat, wanneer de erfenis meer lasten dan baten bevat, de erfge-

naam de schulden uit zijn eigen vermogen moet voldoen. Zijn er nog wel bezittingen over nadat de schulden zijn voldaan, dan ontvangt de erfgenaam die.

Een *legaat* wijst bepaalde goederen of een bepaald bedrag aan een legataris toe. De *legataris* krijgt het aan hem vermaakte niet van rechtswege maar heeft een vordering die hij kan opeisen.

Een legataris krijgt dus iets, erfgenaam zijn gaat veel verder: de erfgenaam krijgt ook de schulden en de vorderingen van de overledene.

2.2 Nalatenschappen in 2007

In 2007 werd € 240 miljoen aan maatschappelijke en goede doelen nagelaten. Deze cijfers zijn ontleend aan het Verslag Fondsenwerving van het Centraal Bureau Fondsenwerving. In totaal hebben 231 van de 931 geldwervende instellingen, die financiële gegevens hebben verstrekt aan het CBF, melding gemaakt van nalatenschappen. Het CBF verslag is de enige informatiebron. Het bedrag van € 240 miljoen geeft geen totaalbeeld en is in ieder geval een te lage schatting.¹

Gezondheidsdoelen kunnen in 2007 op het grootste bedrag aan nalatenschappen rekenen (96 miljoen euro), maatschappelijke en sociale doelen (53 miljoen euro) volgen op een tweede plaats (zie tabel 2.1). KWF Kankerbestrijding staat bovenaan de top tien van goede doelen die in 2007 geld uit nalatenschappen hebben ontvangen, gevolgd door de Nederlandse Hartstichting en het Nederlandse Rode Kruis (zie tabel 2.2).

Tabel 2.1 Nalatenschappen naar doelen in 2007

	In miljoenen euro's %	
1 Kerk en levensbeschouwing	5	2
2 Gezondheid	96	40
3 Internationale hulp	41	17
4 Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	38	16
5 Onderwijs en onderzoek	–	–
6 Cultuur	7	3
7 Sport en/of recreatie	–	–
8 Maatschappelijke en sociale doelen	53	22
Totaal	240	100

(op basis van het CBF Verslag Fondsenwerving 2007:58/59 en 132-160)

1 Nalatenschappen aan kerkelijke instellingen vallen hier buiten, evenals de nalatenschappen aan de vele non-profit instellingen (musea, culturele instellingen, onderwijsinstellingen, ziekenhuizen), alsook aan lokaal opererende geldwervende fondsen.

Tabel 2.2 De top tien van de nalatenschappen in 2007

	<i>In miljoenen euro's</i>
1 KWF Kankerbestrijding, Stichting	32
2 Hartstichting, Nederlandse	16
3 Rode Kruis, Vereniging Het Nederlandse	13
4 Collectieve actie Israël, Stichting	12
5 Dierenbescherming, Ned.Ver. tot Bescherming van Dieren	12
6 Leger des Heils Fondsenwerving, Stichting	12
7 Artsen zonder Grenzen, Vereniging	8
8 Natuurmonumenten in Ned., Ver. tot Behoud van	7
9 Cordaid Memisa (merknaam van Cordaid, Stichting)	7
10 Reumafonds	6
Totaal	125

(CBF Verslag Fondsenwerving 2007:58/59)

2.3 Trends in nalatenschappen¹

<i>Groei</i>	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nalatenschap- pen (in milje- nen euro)	87	104	135	144	213	238	231	208	190	190	182	220	240
Groei (% veran- dering t.o.v. het jaar ervoor)		20%	30%	7%	49%	12%	-3%	-10%	-9%	0%	-4%	22%	8%

Het aantal instellingen dat nalatenschappen ontving is toegenomen, van 219 instellingen in 2005 naar 231 in 2007. Ook laten de cijfers voor twee opeenvolgende jaren een stijging in de omvang zien, 22% ten opzichte van het jaar 2005 en 8% ten opzichte van 2006 (van € 182 miljoen naar € 220 miljoen en vervolgens naar € 240 miljoen). Het CBF heeft geen verklaring voor de significante stijging van inkomsten voor keurmerkhouders.

¹ De cijfers zijn ontleend aan het Verslag Fondsenwerving 2007 van het CBF. Voor alle jaren is gewerkt met zo recent mogelijke cijfers. Het CBF actualiseert in zijn jaarverslag de cijfers van voorgaande jaren, hierdoor is het mogelijk dat er afwijkingen bestaan ten opzichte van de in eerdere edities van Geven in Nederland gepubliceerde bedragen.

2.4 Trends in doelen die een nalatenschap ontvangen (in miljoenen euro's)

(x miljoenen euro's)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1. Kerk en levensbeschouwing	1.5	5.3	2.9	3.7	5.1	6.0	5.2	6.2	3.9	4.7	4.8	4.2	4.8
2. Gezondheid	39.7	43.9	61.6	56.4	98.7	81.5	86.8	80.4	73.3	77.	73.6	90.1	95.7
3. Internationale hulp	16.0	16.1	23.9	27.6	28.5	41.7	35.9	37.4	31.6	36.5	35.4	40.9	40.6
4. Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	9.9	12.9	16.8	22.5	42.5	44.6	52.2	37.9	31.9	27.5	29.6	32.0	38.3
5. Onderwijs en onderzoek	–,-	–,-	0.2	0.4	0.1	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	0.1	0.2
6. Kunst en cultuur	–,-	–,-	0.2	0.2	0.6	1.9	5.5	3.3	10.8	7.8	2.2	2.8	7.0
7. Sport en/of recreatie	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	–,-	0.1
8. Maatschappelijke en sociale doelen	19.5	25.5	29.2	32.9	37.5	62.6	45.0	42.9	37.2	34.1	36.6	49.8	52.9
Totaal	86.6	103.7	134.8	143.7	213.0	238.3	230.6	208.1	188.7	189.2	182.2	220	239.8

Voor zover deze cijfers een totaalbeeld vormen, hebben nagenoeg alle doelen vanaf 2003 meer geld uit nalatenschappen ontvangen. Twee uitzonderingen: onderwijs en onderzoek en sport en recreatie komen in deze overzichten nauwelijks voor.

2.5 Interpretatie

Na twaalf jaar onderzoek *Geven in Nederland* is nog steeds weinig over nalatenschappen bekend. Het voor 2007 genoemde bedrag is laag; het maakt circa 5,6% uit van het totaal dat in Nederland gegeven wordt. In de Verenigde Staten maken 'bequests' bijna 7,6% uit van het totaal van giften in 2007 (*Giving USA* 2008:13). Niemand weet hoeveel er bij overlijden in totaal in Nederland jaarlijks voor maatschappelijke doelen vrijkomt. Sinds 1985 verzamelde de Belastingdienst deze informatie niet meer afzonderlijk (alleen de totaalbedragen van successie- en schenkingsrechten waren beschikbaar) en vanaf 2006 heeft de Belastingdienst geen cijfers meer vanwege de fiscale vrijstelling.

Voor kwantitatieve informatie is de onderzoeker daarom aangewezen op informatie van ontvangende partijen. Geven in Nederland maakt gebruik van de jaarverslagen van het Centraal Bureau Fondsenwerving. De in de vorige editie uitgesproken groeiverwachting van het CBF ten aanzien van de inkomsten uit nalatenschappen is uitgekomen.



Giving USA 2008 (p. 17) signaleert eveneens een toename van 4% in 2007 ten opzichte van het jaar ervoor. Economen van het Social Welfare Research Institute in Boston hebben uitgerekend welk bedrag in de Verenigde Staten aan vermogensoverdracht binnen generaties voor de komende vijftig jaar zal vrijkomen. Hun laagste schatting bedraagt 41 duizend miljard dollar, hun hoogste schatting 136 duizend miljard dollar (Havens & Schervish 1999, 2003). Zij stellen daarbij dat de erflaters niet alles aan eigen kinderen of aan de fiscus na zullen laten: de kinderen hebben het in vele gevallen zelf al goed en de fiscale en andere voordelen van de keuze voor 'goede doelen' zijn talrijk. Zij spreken daarom van de 'Golden Age of Philanthropy'. In hoeverre de beurscrisis en economische crisis, die eind 2008 aanvingen, op langere termijn aan deze verwachtingen afbreuk zullen doen, valt bij het publiceren van dit boek niet te overzien.

2.6 Ontwikkelingen ten aanzien van nalatenschappen

Los van de financiële crisis verwachten de onderzoekers twee ontwikkelingen in de nalatenschappen en schenkingen in het algemeen, namelijk 'verspreiding' en 'verschuiving'. De verspreiding hangt samen met een ontwikkeling dat lokale, regionale non-profit instellingen in Nederland filantropie als inkomstenbron herontdekken. In de inleiding van dit boek is hierover al bericht. Dit proces van het 'filantropiseren' van de Nederlandse non-profit instellingen zal meer nalatenschappen voor deze instellingen opleveren. Indien deze instellingen geen opgave doen van deze inkomsten bij het CBF, zal de omvang hiervan onzichtbaar blijven.

Een tweede verwachte ontwikkeling is 'verschuiving' van gelden. Dit als gevolg van de wens van vermogende particulieren om zelf mee te kunnen bepalen en, waar het maatschappelijke doelen betreft, ook zelf het verschil te kunnen maken. Mensen die de overdracht van hun vermogen aan de volgende generatie gestructureerd aanpakken wachten veelal niet met het overdragen tot ze overlijden maar schenken reeds bij leven. Het zou kunnen zijn dat dit een verschuiving oplevert ten laste van hetgeen het goede doel erft. Een andere, aan 'verschuiving' bijdragende, ontwikkeling is om niet te schenken aan een goed doel, maar zelf een initiatief te ontplooien en daar actief betrokken bij te zijn. Fondsen op naam hebben de afgelopen jaren een grote vlucht genomen en ook richten vermogende particulieren steeds vaker hun 'eigen' goededoelinstelling op. Dit gaat uiteraard ten koste van de inkomsten van de bestaande goede doelen.

2.7 Wijzigingen in de Successiewet 1956 sinds Geven in Nederland 2007

Sinds de vorige editie van *Geven in Nederland* is de fiscale behandeling van bijdragen aan goede doelen fundamenteel veranderd. Tot 1 januari 2006 betaalden algemeen nut beogende instellingen (anbi's) over hetgeen zij ontvingen 8% schenkingsrecht, recht van overgang of successierecht. Met ingang van die datum zijn anbi's vrijgesteld van deze heffingen. Een organisatie moet sinds 1 januari 2008 bij de Belastingdienst om een beschikking verzoeken waarin zij wordt erkend als anbi en recht krijgt op deze vrijstelling.



Over bijdragen aan organisaties die geen geregistreerde anbi zijn moet wel schenkingsrecht, successierecht of recht van overgang worden betaald. De Successiewet 1956 kent wel een vrijstelling per donateur/erflater, zo is een schenking vrijgesteld wanneer deze niet groter is dan € 2.734 (cijfers 2009, artikel 33, eerste lid ten 7^e Successiewet). Gaat een schenking boven het vrijgestelde bedrag, uit dan is de gehele bijdrage belast waardoor 41 tot 68% schenkingsrecht verschuldigd wordt. Voor het successierecht geldt een voetvrijstelling die in 2009 € 1.942 bedraagt. Erft de organisatie meer dan de vrijstelling, dan is over dit meerdere successierecht verschuldigd.

Voor een aantal organisaties die geen anbi zijn maar wel een maatschappelijk belang hebben is dit moeilijk te verteren. Zo is er het voorbeeld van een nalatenschap die moest worden gedeeld door een kerk en een buurthuis. De kerk ontving het geheel erfdeel belastingvrij, het buurthuis moest hierover successierecht betalen naar het hoge derdentarief. Dat knelde. Ook bij grote wervingsacties voor bijvoorbeeld nieuwe sportaccommodaties kan de vrijstelling te klein zijn omdat leden in één jaar een groter bedrag willen geven.

Organisaties die geen anbi zijn kunnen vrijstelling van het schenkingsrecht krijgen voor bijzondere fondsenwervingsacties. Daarvan heeft echter slechts één sportvereniging gebruik gemaakt. Voor een overige éénmalige hoge schenking, laat staan voor de erfenis of het legaat, is noch periodieke schenking, noch de kwijtschelding een alternatief. Deze problemen zijn door de regering erkend en met ingang van 1 januari 2009 bevat de Successiewet 1956 een vrijstelling voor bijdragen aan amateursportclubs en dorpshuizen. Ondanks een sterke lobby is de scouting niet in de vrijstelling opgenomen. De staatssecretaris heeft echter wel toegezegd onderzoek te doen naar fiscale tegemoetkomingen in de Successiewet voor instellingen met een sociaal belang.

Literatuur

- CBF (2007). *Financiële resultaten van goededoelenorganisaties in Nederland 2007*, Verslag Fondsenwerving. Amsterdam: Centraal Bureau Fondsenwerving.
- Giving USA 2008. *The Annual Report on Philanthropy for the Year 2007*. Indianapolis: Indiana University, Center on Philanthropy.
- Havens, J.J. & P.G. Schervish (1999) *Millionaires and the Millenium: New Estimates of the Forthcoming Wealth Transfer and the Prospects for a Golden Age of Philanthropy*. Paper. Boston: Social Welfare Research Institute Boston College.
- Havens, J.J. & P.G. Schervish (2003): 'Why the \$ 41 trillion wealth transfer estimate is still valid: a review of challenges and questions' In: *Journal of Gift Planning*, vol. 7,1, pp. 11-15, 47-50.

Geven door fondsen

Samenvatting

Voor zover onderzoeksgegevens beschikbaar zijn, hebben vermogensfondsen in 2007 260 miljoen euro aan goede doelen besteed. De geldwervende fondsen hebben in 2007 2,8 miljard euro aan goede doelen gegeven.

Er zijn grofweg twee typen fondsen in Nederland, vermogensfondsen en geldwervende fondsen. Een groot knelpunt in onderzoek naar vermogensfondsen is het gebrek aan goede gegevensbestanden. Niemand weet precies hoeveel vermogensfondsen er zijn, laat staan hoeveel zij bijdragen aan maatschappelijke en goede doelen. Hierin komt langzamerhand verandering omdat enerzijds vermogensfondsen meer openheid nastreven en anderzijds de anbi-regeling van deze fondsen meer openheid vraagt. Met behulp van een enquête onder leden van de vereniging van Fondsen in Nederland (FIN) is informatie verkregen over het geefgedrag van 150 vermogensfondsen. Deze fondsen hebben in 2007 ongeveer 260 miljoen euro gegeven. Op een gezamenlijk vermogen van circa 7,4 miljard euro komt dat neer op 3,5% van hun vermogen. Maatschappelijke en sociale doelen en cultuur zijn bij deze groep fondsen favoriet als te begunstigen doelen.

Over de bijdragen van geldwervende fondsen is veel meer bekend, via het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). In totaal geven geldwervende fondsen in 2007 2,8 miljard euro aan goede doelen. Internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen kunnen op het grootste bedrag rekenen. Om dubbeltellingen te voorkomen worden echter alleen de baten uit beleggingen (80 miljoen euro) meegerekend ten behoeve van het totaaloverzicht van Geven in Nederland. De inkomsten uit geldwerving bij het publiek, het bedrijfsleven en de loterij-inkomsten en nalatenschappen zijn namelijk bij de andere hoofdstukken ondergebracht. De baten uit beleggingen komen grotendeels ten goede aan maatschappelijke en sociale doelen en gezondheid.

3.1 Inleiding

Het belangrijkste onderscheid dat in Nederland gemaakt wordt wanneer gesproken wordt over charitatieve fondsen is het onderscheid tussen vermogensfondsen enerzijds en geldwervende fondsen anderzijds.

Vermogensfondsen zijn onafhankelijke, speciaal opgerichte non-profit organisaties met een eigen bestuur en een eigen inkomstenbron, voornamelijk (maar niet noodzakelijkerwijs uitsluitend) uit eigen vermogen die, ten behoeve van het algemeen nut, daaruit steun bieden aan individuen, projecten en organisaties (EFC, 2003:11). Voorbeelden zijn de Van Leer Group Foundation, het VSBfonds, de Start Foundation.



Uit deze definitie vloeit voort dat het hoofdbestanddeel van het vermogensfonds inderdaad het vermogen is. Vermogensfondsen die uitsluitend uit dit eigen vermogen (en de opbrengsten daarvan) hun bijdrage aan de maatschappij leveren – en derhalve niet andere inkomsten verkrijgen of daarvan afhankelijk zijn, worden *vermogensfondsen in enge zin* genoemd. Fondsen die naast het eigen vermogen (en de opbrengsten daaruit) ook andere inkomsten hebben, worden als *vermogensfondsen in brede zin* betiteld. Dit zijn inkomsten uit eigen geldwerving, van legaten en van goededoelenloterijen.

Geldwervende fondsen zamelen onder het Nederlandse publiek geld in ter realisatie van hun doelstellingen. Zo zijn KWF Kankerbestrijding, de Nierstichting, de Nederlandse Hartstichting, Greenpeace, om er enkele te noemen, primair aangewezen op geldwerving. Daarnaast hebben zij soms ook een eigen vermogen opgebouwd om aangegane verplichtingen in de toekomst te kunnen nakomen (het zogenaamd 'bestemd vermogen').

3.2 Een gebrek aan goede gegevensbestanden

Een groot knelpunt in het onderzoek naar fondsen in Nederland is een gebrek aan goede gegevensbestanden, met name waar het vermogensfondsen betreft. Een openbaar centraal register waarin gegevens van alle goededoelenorganisaties zijn opgenomen bestaat in Nederland niet (Gouwenberg en Schuyt, 2004; Van der Stoep, Snippe & Bieleman, 2007). Dit in tegenstelling tot de Verenigde Staten waar informatie over 'private foundations' via de belastingdienst openbaar is.

De Belastingdienst in Nederland beheert een bestand met gegevens van instellingen die gerangschikt staan als algemeen nut beogende instelling (anbi) en daarmee vrijgesteld worden van successie- en/of schenkingsrecht en waaraan aftrekbare giften kunnen worden gegeven. Begin 2009 stonden er ongeveer 26.000 anbi's geregistreerd (www.belastingdienst.nl). Medio 2007, het jaar waarover in dit boek gerapporteerd wordt, waren er naar schatting zo rond de 17.500 anbi's. De gegevens van anbi's zijn echter beperkt openbaar. Via de website van de Belastingdienst kan alleen op naam van de instelling en op plaats van vestiging gezocht worden. Er worden geen additionele gegevens verstrekt. De werkgroep Filantropische Studies aan de VU heeft begin 2008 aan de Belastingdienst gevraagd of – voor wetenschappelijke doeleinden – inzage verkregen kan worden in het gegevensbestand van anbi's. Het verzoek is door het Ministerie van Financiën afgewezen. Het belangrijkste argument is dat er met betrekking tot deze gegevens fiscale geheimhoudingsplicht geldt. Daarnaast worden praktische argumenten gegeven. Uit de bestanden blijkt namelijk niet zonder meer waaraan fondsen hun geld besteden (brief Ministerie van Financiën, d.d. 25 januari 2008).

Voor onderzoek naar de maatschappelijke impact van fondsen zijn de onderzoekers daarom nog steeds aangewezen op verschillende – niet altijd volledige – bronnen van informatie.



3.2.1 Geldwervende fondsen

De bijdragen van geldwervende fondsen in Nederland zijn bekend via het *Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF)*. Het CBF brengt door middel van het *Verslag Fondsenwerving* jaarlijks de financiële resultaten van fondsenwervende instellingen in Nederland in kaart. Maar liefst 931 goededoelenorganisaties hebben hun jaarverslagen en financiële gegevens over 2007 aangeleverd. Hierdoor ontstaat een vrij uitgebreid beeld van de geldwervende fondsen in Nederland.

3.2.2 Vermogensfondsen

Over vermogensfondsen in Nederland is veel minder bekend. Niemand weet precies hoeveel vermogensfondsen er zijn, hoeveel geld zij besteden aan goede doelen en wat hun gezamenlijke vermogen bedraagt. Dat is te betreuren omdat daarmee ook niet duidelijk wordt welk maatschappelijk belang zij als specifieke groep fondsen vertegenwoordigt. Nederland kent immers een lange traditie van vermogensfondsen, soms al opgericht in de Middeleeuwen.

Geldwervende fondsen staan veel meer in de publieke belangstelling dan vermogensfondsen. Dat is ook niet zo vreemd omdat geldwervende fondsen financieel afhankelijk zijn van het publiek. De noodzaak voor deze fondsen is dan ook groter om in de openbaarheid te treden. De taak van vermogensfondsen is daarentegen om het vermogen van de stichting zo goed mogelijk te beheren en uit de opbrengsten van het vermogen projecten te ondersteunen die passen binnen de doelstelling. Vermogensfondsen zijn lange tijd terughoudend geweest in het publiek maken van hun financiële gegevens (bestedingen, vermogen). Veel fondsen kiezen er bovendien voor om in stilte te werken. Toch lijkt daar langzamerhand verandering in te komen. Met de professionalisering van de filantropische sector als geheel neemt ook het belang voor vermogensfondsen toe om meer van zichzelf te laten zien.

De belangrijkste bronnen van informatie die onderzoekers op het terrein van vermogensfondsen kunnen raadplegen zijn:

- *Het Fondsenboek*

Het Fondsenboek¹ biedt een overzicht van ruim 690 (vermogens)fondsen in Nederland die actief zijn op diverse terreinen. Van elk fonds worden gegevens verschaft over de doelstelling, activiteiten, beperkingen en soms over het vermogen, inkomsten, jaarlijks subsidiebudget, et cetera. Het Fondsenboek is een hulpmiddel voor iedereen die voor zichzelf of voor een project financiële ondersteuning zoekt. Helaas biedt het Fondsenboek niet voldoende mogelijkheden om gegevens te bemachtigen over het geefgedrag van vermogensfondsen. Niet alle fondsen hebben informatie over hun giftenbudget en vermogen opgegeven. Daarnaast worden de giften niet uitgesplitst naar de verschillende doelen.

¹ Het Fondsenboek wordt uitgegeven door de Walburg pers in samenwerking met de Vereniging van Fondsen in Nederland.

– *De Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN)*

De FIN is een belangenvereniging van ruim driehonderd vermogensfondsen in Nederland. In november 2008 heeft zij haar leden opgeroepen om meer inzicht te geven in hun bestedingsgedrag en hun vermogen. Aangezien niemand in Nederland precies weet hoeveel vermogensfondsen bijdragen aan goede doelen, heeft de FIN daarin een eerste stap gezet door te onderzoeken welk giftenbudget en welk vermogen haar eigen achterban eigenlijk zelf vertegenwoordigt. De maatschappelijke impact van vermogensfondsen als groep op derden kun je immers pas duidelijk maken als je inzicht hebt in de eigen groep!

In samenwerking met de werkgroep Filantropische Studies van de VU is er een korte vragenlijst ontwikkeld met een aantal vragen over het totaal geschonken bedrag in 2007, de doelen waaraan gegeven is en een vraag over de grootte van het vermogen. Van de ongeveer 300 leden heeft de helft de vragenlijst geretourneerd (n = 150). De cijfers die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd, zijn gebaseerd op informatie van deze 150 fondsen.

3.3 Vermogensfondsen

3.3.1 Totaalbedrag giften

In 2007 hebben vermogensfondsen (n = 150) € 260 miljoen bijgedragen aan maatschappelijke en goede doelen.

Indien deze fondsen op hun bestedingsbudget worden ingedeeld naar 'groot' (> € 1.000.000), 'middelgroot' (€ 500.000–€ 999.999) en 'klein' (< € 499.999) dan zien we in tabel 3.1 dat het merendeel (67%) van de fondsen bestaat uit kleinere fondsen. Bijna een kwart van de fondsen had in 2007 een subsidiebudget dat groter was dan 1 miljoen euro.

Tabel 3.1 Overzicht van aantal fondsen per bestedingscategorie

<i>Besteed aan goede doel in 2007</i>	<i>Aantal fondsen</i>
> € 1.000.000	34
€ 500.000–€ 999.999	15
< € 499.999	101
	150

3.3.2 Welk vermogen vertegenwoordigen deze fondsen?

Nog niet eerder is in onderzoek naar vermogensfondsen in Nederland gevraagd naar het vermogen dat zij beheren. Was het enkele jaren geleden nog onvoorstelbaar om daar naar te vragen, nu lijkt daar langzamerhand het moment rijp voor te zijn. Alle fondsen die de

vragenlijst over hun bestedingen hebben geretourneerd, hebben ook informatie – weliswaar geanonimiseerd – over het vermogen aangeleverd.

Het vermogen van de onderzochte vermogensfondsen (n = 150) bedraagt in totaal ongeveer 7,4 miljard euro. Met een bestedingsbudget van 260 miljoen euro is dat ongeveer 3,5% van hun totale vermogen.

3.3.3 Doelen waaraan gegeven wordt

Bij welke doelen zijn de giften van de 150 onderzochte fondsen terechtgekomen? Uit tabel 3.2 valt op te maken dat maatschappelijke en sociale doelen (101 miljoen euro) en cultuur (76 miljoen euro) eruit springen. Dit komt overigens in grote lijnen overeen met resultaten uit eerdere onderzoeken (Gouwenberg & Schuyt, 2000; 2004).

Tabel 3.2 Bijdragen van vermogensfondsen (n = 150) in 2007 per doel

	(€ x miljoen)	In %
1 Kerk en levensbeschouwing	9	3
2 Gezondheid	22	8
3 Internationale hulp	8	3
4 Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	13	5
5 Onderwijs en onderzoek	19	7
6 Cultuur	76	29
7 Sport en/of recreatie	8	3
8 Maatschappelijke en sociale doelen	101	39
9 Overig	4	2
	260	100

NB In verband met afrondingen loopt het kolomtotaal niet op tot 100%.

3.4 Geldwervende fondsen

3.4.1 Totaalbedrag

De bijdragen van *geldwervende* (fondsenwervende) *instellingen* zijn bekend door middel van het CBF jaarverslag.

In totaal wordt in 2007 door geldwervende fondsen € 2,888 miljard besteed aan de doelstelling (CBF jaarverslag 2007, p. 10).

Het CBF-totaalbedrag is samengesteld uit onder meer de inkomsten van inzameling (in dit boek opgenomen bij de 'gevers' (zie hoofdstuk 1. Individuen/huishoudens, en hoofdstuk 4,

Bedrijven), de inkomsten uit nalatenschappen (zie hoofdstuk 2), de inkomsten uit de goededoelenloterijen (zie hoofdstuk 5) en uit overige inkomsten. Om dubbeltellingen te voorkomen, wordt in dit hoofdstuk alleen uit de rubriek 'Overige inkomsten' de post 'Resultaat beleggingen' meegerekend.

In 2007 is door geldwervende fondsen uit eigen inkomsten (beleggingen) besteed: € 80 miljoen.

3.4.2 Doelen waaraan gegeven wordt

In het CBF Verslag Fondsenwerving 2007 (p. 10) wordt aangegeven aan welke doelen het totaal bedrag van € 2,888 miljard is besteed:

Tabel 3.3 Totaal besteed aan doelstelling door geldwervende fondsen per doel

<i>Doel</i>	<i>Besteding in € in miljoenen</i>	<i>Percentage</i>
Internationale hulp	1.129	39%
Gezondheid	356	12%
Natuur en Milieu	422	15%
Welzijn	981	34%
Totaal*	2.888	100%

* In het kolomtotaal zit een klein verschil in verband met afrondingen.

Ingedeeld naar de *Geven in Nederland*-rubricering levert dit het volgende beeld:

Tabel 3.4 Bijdragen van fondsenwervende instellingen 2007 (Ontleend aan CBF Verslag Fondsenwerving 2007, p. 40-41)

	<i>(€ x miljoen)</i>
1 Kerk en levensbeschouwing	68
2 Gezondheid	356
3 Internationale hulp	1.042
4 Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	422
5 Onderwijs en onderzoek	16
6 Cultuur	134
7 Sport en/of recreatie	77
8 Maatschappelijke en sociale doelen	772
Totaal*	2.887

* In het kolomtotaal zit een klein verschil in verband met afrondingen.

Omdat de inkomsten van geldwerving, behoudens de grotere schenkingen en donaties, in andere hoofdstukken (huishoudens, nalatenschappen, goede doelen loterijen, respectievelijk 1, 2, 5) al zijn meegerekend, blijft van het totaal van bijna 2,9 miljard euro hier slechts de bijdrage uit de post beleggingen over. De baten uit beleggingen komen grotendeels ten goede aan maatschappelijke en sociale doelen en gezondheid.

Tabel 3.5 Eigen bijdragen van fondsenwervende instellingen 2007 (Uit beleggingen) (Ontleend aan CBF Verslag Fondsenwerving 2007, p. 40-41)

	(€ x miljoen)
1 Kerk en levensbeschouwing	3
2 Gezondheid	21
3 Internationale hulp	9
4 Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	15
5 Onderwijs en onderzoek	0,06
6 Cultuur	6
7 Sport en/of recreatie	0,1
8 Maatschappelijke en sociale doelen	25
	79

Literatuur

- Centraal Bureau Fondsenwerving (2007). *Verslag Fondsenwerving; Financiële resultaten van goededoelenorganisaties in Nederland*
- EFC (2003). *Foundations for Europe. Rethinking Our Legal and Fiscal Environments*. Brussel: European Foundation Center.
- Gouwenberg, B.M. & Th.N.M. Schuyt (2000). *Vermogensfondsen in Nederland: een verkenning*. Amsterdam: VU, FSW, Werkgroep Filantropie.
- Gouwenberg, B.M. & Th.N.M. Schuyt (2004). *Vermogensfondsen in Nederland nader onderzocht*. Amsterdam: VU, FSW, Werkgroep Filantropie
- Stoep R. van der, J. Snippe & B. Bielelan (2007). *Goed Bedoeld. Preventieve doorlichting goede doelen-sector*. IntraVal: Groningen-Rotterdam

HOOFDSTUK 4

Giften en sponsoring door bedrijven

Samenvatting

Bedrijven hebben in 2007 naar schatting 1.353 miljoen euro besteed aan giften en sponsoring van goede doelen. Ondanks veranderingen in de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd, is dit bedrag redelijk vergelijkbaar met de resultaten van het onderzoek uit 2005. De resultaten uit 2003 blijven een – voor goede doelen – positieve uitschieter.

Opvallend is dat de verhouding tussen giften en sponsoring afwijkt van die in eerdere jaren. Er wordt relatief veel meer gegeven dan in alle voorgaande jaren, zodanig dat het bedrag aan giften hoger, en het bedrag aan sponsoring juist lager, is dan in de laatste vier afnames van het onderzoek. Een van de mogelijke verklaringen hiervoor zou een veranderend perspectief op geven kunnen zijn. Alhoewel de meeste bedrijven nog steeds geven/sponsoren in de vorm van geld is het aantal bedrijven dat in 2007 geeft in termen van ‘mankracht’ ten opzichte van voorgaande jaren fors gestegen. Het gaat hier bijvoorbeeld om bedrijven die activiteiten organiseren waarbij medewerkers een actieve bijdrage leveren aan maatschappelijke projecten. Er zijn geen grote verschuivingen opgetreden in de doelen waaraan wordt gegeven, met uitzondering van de giften aan gezondheid, die in 2007 sterk af zijn genomen.

In deze editie van *Geven in Nederland* is ook aandacht besteed aan activiteiten die bedrijven ondernemen in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Het blijkt dat 59% van de bedrijven op de hoogte is van de term MVO. 50% van de bedrijven doet aan MVO. Energiebesparing en aandacht voor het milieu blijken veruit de belangrijkste MVO-activiteiten van bedrijven. 15% van de bedrijven heeft een specifiek MVO-beleid. Tot slot heeft slechts een gering percentage van de bedrijven een negatieve houding ten opzichte van MVO.

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken van het onderzoek naar giften en sponsoring door bedrijven. Net als in voorgaande *Geven in Nederland* onderzoeken vergelijken we de bedragen die het Nederlandse bedrijfsleven aan goede doelen geeft met andere jaren. Er is zoals altijd onderscheid gemaakt tussen *giften* en *sponsoring* van goede doelen. Giften worden gedaan zonder dat er een tegenprestatie van het ontvangende doel wordt verwacht; sponsoring kent wel een zakelijk belang en mag volgens de Belastingdienst daarom worden gerekend tot van de winst aftrekbare bedrijfskosten.

Het onderzoek is gedaan onder een representatieve steekproef van Nederlandse bedrijven. Ten opzichte van vorige metingen is de wijze van informatieverzameling enigszins gewijzigd. Dit jaar is de vragenlijst voor het eerst afgenomen via internet en niet langer telefonisch, zoals bij alle voorgaande onderzoeken. Het invullen via internet biedt de gelegenheid de vragenlijst in te vullen op een voor de respondent gunstig tijdstip, waarbij hij/zij tevens de tijd heeft de gevraagde informatie na te zoeken. De respondent maakt deel uit van een bestand aan respondenten die meerdere keren benaderd kunnen worden, hetgeen longitudinale analyses in de toekomst mogelijk maakt. Het was de bedoeling dat degene die binnen het bedrijf verantwoordelijk is voor sponsoring en giften de vragenlijst zou invullen. In eerdere onderzoeken was daarop geen controle. Alle respondenten hebben desgevraagd aangegeven dat zij inderdaad binnen het ondervraagde bedrijf verantwoordelijk zijn voor de sponsoring door – en giften van – het desbetreffende bedrijf. In totaal hebben 1057 respondenten aan het onderzoek deelgenomen.

4.2 Totaalbedrag sponsoring en giften door bedrijven

In 2007 wordt er door het Nederlandse bedrijfsleven naar schatting 749 miljoen euro in de vorm van sponsoring gegeven en 604 miljoen euro in de vorm van giften. Hierbij wordt opgemerkt dat het om grove schattingen gaat. De totale bedragen worden geëxtrapoleerd uit de door de respondenten opgegeven bedragen op basis van een weging die het totaalbedrag representatief maakt voor alle Nederlandse bedrijven. Het kan echter voorkomen dat een erg veel gevend bedrijf dat toevallig in de steekproef is opgenomen, leidt tot een overschatting van het totale bedrag aan giften. Hoewel er in deze editie van het onderzoek geen extreme verschillen in geefgedrag tussen bedrijven zijn gevonden, dienen de resultaten desondanks altijd met enige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd.

Wanneer de bedragen van sponsoring en giften bij elkaar worden opgeteld, levert dit een bedrag op van 1.353 miljoen euro. Van dit bedrag is de verhouding sponsoring–giften grofweg 55%–45%. In tabel 4.1 zijn de totaalbedragen van sponsoring en giften voor de achtereenvolgende onderzoeksperioden op een rij gezet.¹

¹ Wat betreft de giften in 2007 is de respondenten per doel gevraagd welk bedrag (in euro) hun bedrijf heeft gesponsord en gegeven in geld, in natura en in mankracht. Deze bedragen zijn bij elkaar opgeteld.

Tabel 4.1 Totaal bedragen sponsoring en giften door bedrijven in de periode 1995–2007

	<i>Bedragen (x miljoen euro)</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Sponsoring	468	627	1.001	1.110	1.716	1.103	749
Giften	142	66	464	249	555	409	604
Sponsoring en giften	610	693	1.466	1.359	2.271	1.512	1.353

NB Bedragen zijn afgerond. Let op: dit zijn grove schattingen.

	<i>De totale bedragen omgerekend in percentages</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Sponsoring	77	91	68	82	76	73	55
Giften	23	9	32	18	24	27	45
Sponsoring en giften	100	100	100	100	100	100	100

NB Bedragen zijn afgerond. Let op: dit zijn grove schattingen.

Het totale bedrag is lager, maar redelijk vergelijkbaar met de resultaten uit 1999, 2001 en 2005. 2003 blijft een uitzonderlijk jaar. Opvallend in de data van 2007 is dat er weinig echt grote giften zijn gedaan in vergelijking met de data uit voorgaande metingen. Grote giften hebben ook een relatief groot effect op het totaalbedrag, zodat het totaalbedrag voor 2007 wellicht een onderschatting is.

Een tweede opvallend resultaat is de verhouding tussen sponsoring en giften. Er werd in 2007 nog steeds meer gesponsord dan gegeven, maar giften maken een relatief veel groter deel uit van het totaalbedrag. Wellicht heeft dit iets te maken heeft met een veranderd perspectief op geven. Zoals later in dit hoofdstuk aan de orde komt, geven bedrijven meer in mankracht dan andere jaren, hetgeen een actievere maatschappelijke bijdrage impliceert dan uitsluitend het geven van geld of sponsoring. Ook kan de systematiek van giften en sponsoring een verklaring zijn: bedrijven adopteren bepaalde projecten meestal voor een bepaalde periode om ze daarna weer los te laten. Dit kan leiden tot fluctuaties.

Daarnaast is er de hiervoor beschreven wijziging in de methode van dataverzameling, waarvan de precieze consequenties niet geheel duidelijk zijn, maar die in principe tot meer betrouwbare resultaten zou moeten leiden.

Economische en maatschappelijke ontwikkelingen zullen hun invloed blijven houden op het geefgedrag door bedrijven. De gevolgen van de kredietcrisis zullen zich ongetwijfeld ook uitstrekken tot het geefgedrag in 2009. Het zal interessant zijn om in de komende afnames van het onderzoek te bestuderen in welke mate de kredietcrisis van invloed is op het geefgedrag van bedrijven.

4.3 Sponsoring en giften door bedrijven per doel

In tabel 4.2 zijn de bedragen die bedrijven uitgeven aan sponsoring én aan giften (zonder zakelijk belang) bij elkaar opgeteld en uitgesplitst naar de verschillende doelen waaraan is gegeven.

Tabel 4.2 Totaalbedragen sponsoring en giften door bedrijven in de periode 1995–2007 per doel, in miljoenen euro

	<i>Bedragen (x miljoen euro)</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	10	25	53	49	67	60	53
Gezondheid	73	47	236	50	169	89	31
Internationale hulp	33	20	113	46	37	168	70
Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	53	15	53	22	39	39	46
Onderwijs/onderzoek	37	57	205	89	245	232	190
Cultuur	57	49	116	274	516	135	201
Sport/recreatie	216	388	507	630	845	574	472
Maatschappelijke / sociale doelen	127	73	184	115	258	152	190
Overige	4	19	*	83	95	65	102
Totaal gesponsord en gegeven	610	693	1.466	1.359	2.271	1.513	1.353
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1058

	<i>Totaalbedragen omgerekend in percentages</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	2	4	4	4	3	4	4
Gezondheid	12	7	16	4	7	6	2
Internationale hulp	5	3	8	3	2	11	5
Milieu, natuurbehoud, dierenbescherming	9	2	4	2	2	3	3
Onderwijs/onderzoek	6	8	14	7	11	15	14
Cultuur	9	7	8	20	23	9	15
Sport/recreatie	35	56	35	46	37	38	35
Maatschappelijke en sociale doelen	21	11	13	8	11	10	14
Overige	1	2	*	6	4	4	8
Totaal gesponsord en gegeven	100	100	100	100	100	100	100
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058

* De categorie 'overig' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

NB Bedragen zijn afgerond.

Net als in voorgaande jaren geven bedrijven het meeste uit aan sport in de vorm van geld, goederen in natura en mankracht. Ook onderwijs/onderzoek, cultuur en maatschappelijke/ sociale doelen blijven belangrijk. Kerk en levensbeschouwing, alsmede milieu, natuurbehoud en dierenbescherming, laten al jaren een vrij stabiele instroom van sponsoring en giften zien. De bijdrage aan gezondheid is in 2007 beduidend lager dan in andere jaren. Wellicht heeft dat te maken met een tendens van goede doelen die zich met gezondheid bezighouden om zich sterk te richten op enkele bedrijven en/of loterijen die bereid zijn relatief grote bedragen te geven gedurende meerdere jaren. Deze zogenaamde strategische allianties hebben er wellicht toe geleid dat deze instellingen zich minder richten op brede campagnes die een groot aantal bedrijven bereiken.

Tabel 4.3 Totaalbedragen sponsoring door bedrijven in de periode 1995–2007 per doel, in miljoenen euro

	<i>Bedragen (x miljoen euro)</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	4	19	29	10	29	35	34
Gezondheid	61	24	134	14	67	43	29
Internationale hulp	9	17	35	32	14	89	35
Milieu, natuurbehoud en dieren- bescherming	12	14	31	15	22	32	16
Onderwijs en onderzoek	34	55	155	70	207	123	56
Cultuur	39	48	90	242	438	120	120
Sport en recreatie	194	378	393	573	657	497	326
Maatschappelijke en sociale doelen	116	58	134	81	204	110	75
Overige	1	14	*	72	78	54	57
Totaal gesponsord	468	627	1.001	1.110	1.716	1.103	749
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1058

* De categorie 'overig' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

	<i>Totaalbedragen omgerekend in percentages</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	1	3	3	1	2	3	5
Gezondheid	13	4	13	1	4	4	4
Internationale hulp	2	3	3	3	1	8	5
Milieu, natuurbehoud en dieren- bescherming	2	2	3	1	1	3	2
Onderwijs en onderzoek	7	9	15	6	12	11	7
Cultuur	8	8	9	22	26	11	16
Sport en recreatie	41	60	39	52	38	45	44
Maatschappelijke en sociale doelen	25	9	13	7	12	10	10
Overige	1	2	*	7	5	5	8
Totaal gesponsord	100	100	100	100	100	100	100
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058

* De categorie 'overig' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

NB Bedragen zijn afgerond.

Hoewel het totale bedrag voor sponsoring lager is dan in voorgaande jaren, is in de verhouding tussen de verschillende doelen weinig verandering ten opzichte van eerdere jaren. Er zijn relatief meer culturele doelen gesponsord, hoewel de percentages juist bij cultuur over de jaren heen sterk fluctueren. Onderwijs en onderzoek zijn wat minder gesponsord. Ten opzichte van 2005 is er minder sponsoring geweest voor internationale hulp, maar het percentage dat in 2005 aan sponsoring van internationale hulp is geweest, werd sterk beïnvloed door de bedragen die zijn vrijgemaakt ten behoeve van de slachtoffers van de

tsunami van 26 december 2004. Met een wat langer tijdsperspectief is te zien dat internationale hulp ook in 2007 belangrijker is geweest dan vóór 2005.

Tabel 4.4 Totaalbedragen giften door bedrijven in de periode 1995–2007 per doel, in miljoenen euro

	<i>Bedragen (x miljoen euro)</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	5	6	24	39	38	24	18
Gezondheid	13	23	102	36	102	45	1
Internationale hulp	24	3	78	14	23	79	34
Milieu, natuurbehoud en dieren- bescherming	41	2	22	7	17	7	30
Onderwijs en onderzoek	3	2	50	19	38	109	134
Cultuur	18	1	25	32	78	15	81
Sport en recreatie	23	10	114	57	188	77	145
Maatschappelijke en sociale doelen	11	14	50	34	53	42	115
Overige	3	4	*	11	17	11	44
Totaal gesponsord	141	65	465	249	555	409	604
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.058

	<i>In percentages</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	4	10	5	16	7	6	3
Gezondheid	9	35	22	14	18	11	1
Internationale hulp	17	5	17	6	4	19	6
Milieu, natuurbehoud en dieren- bescherming	29	2	5	3	3	2	5
Onderwijs en onderzoek	2	2	11	8	7	27	22
Cultuur	13	2	5	13	14	4	13
Sport en recreatie	16	16	24	23	34	19	24
Maatschappelijke en sociale doelen	8	22	11	14	10	10	19
Overige	2	6	*	5	3	3	7
Totaal gesponsord	100	100	100	100	100	100	100
N (Ongewogen)	1.122	1.092	1.010	998	1.005	1.002	1.057

* De categorie 'overig' is in 1999 niet als aparte categorie aangeboden.

NB Bedragen zijn afgerond.

Wanneer uitsluitend wordt gekeken naar giften in geld en mankracht, dan zijn er duidelijke verschillen te zien ten opzichte van eerdere jaren. Zoals hiervoor al is opgemerkt, zijn giften aan doelen die betrekking hebben op gezondheid dit jaar erg laag geweest. Deze fluctuatie heeft invloed op het totaal van de maatschappelijke bijdragen van het bedrijfsleven. Aan onderwijs en onderzoek is relatief veel gegeven, vergelijkbaar met 2005 dat een topjaar was. Het is opvallend dat onderwijs en onderzoek qua sponsoring een redelijk

jaar had, maar bij giften een ronduit goed jaar. Wellicht dat het maatschappelijke debat rondom het innovatieplatform een positieve invloed heeft gehad op de giften aan onderwijs en onderzoek. Ook aan maatschappelijke en sociale doelen is relatief veel gegeven, net als aan cultuur en de – uiteraard wat onduidelijke – categorie ‘overige doelen’.

Sommige van de fluctuaties over de jaren heen zijn groot, maar dat hoeft niet te betekenen dat de gegevens onbetrouwbaar zijn. In sommige jaren kunnen er vanuit bepaalde doelen gerichte acties zijn geweest om bedrijven over de streep te trekken (een tentoonstelling, een groot sportevenement, een natuurramp, et cetera), die in sommige gevallen eenmalige, grote bedragen krijgen. Dit kan verklaren waarom bedrijven in het ene jaar veel meer geven dan in het andere jaar. Ook veranderingen in de opvattingen over geven kunnen hun invloed hebben op de cijfers. In de afgelopen jaren is een aantal bedrijven bijvoorbeeld actief geworden in het organiseren van activiteiten waarbij medewerkers van het bedrijf een actieve bijdrage leveren aan projecten, zoals in medewerkersvrijwilligerswerk. Deze bedrijven geven dan in ieder geval meer in termen van mankracht. Het is niet precies na te gaan of dit een extra bijdrage aan goede doelen is, bovenop de gebruikelijke bijdrage, of dat er een verschuiving plaatsvindt van meer passieve vormen van geven naar meer actieve vormen van geven. De relatieve toename van de giften in de vorm van mankracht suggereert dat er een verschuiving heeft plaatsgevonden. In het onderzoek is niet gevraagd naar eventuele veranderde opvattingen over geven. Een onderzoek waarin een deel van de steekproef in enkele opvolgende onderzoeken wordt ondervraagd – een mogelijkheid die de vernieuwde opzet van het onderzoek biedt – zal veranderingen in geefgedrag beter kunnen verklaren.

Tegelijk is het niet te vermijden dat er enige ruis in de gegevens zit. Sommige giften kunnen gemakkelijk onder meer dan één doel worden ondergebracht. Bij onderwijs en onderzoek kan het ook om gezondheidkundig onderzoek gaan. Bij het aanleggen van voetbalveldjes via de Johan Cruyff foundation, is het doel naast sportief ook zeker maatschappelijk te noemen. Er zijn ook af en toe eenmalige acties die voor een stevige fluctuatie in geefgedrag zorgen. Eerder is al gewezen op de mogelijke invloed van de gewijzigde methode van dataverzameling.

4.4 Een profiel van de bedrijven die geven

In tabel 4.5 is het percentage uiteengezet van het aantal bedrijven dat geeft en/of sponsort.

Tabel 4.5 Percentage bedrijven dat geeft en/of sponsort in 2005 en 2007

	2005	2007
Alleen sponsoring	31	34
Alleen giften	10	9
Sponsoring en giften	37	24
Geen van beide	22	34
	100	100

Uit tabel 4.5 blijkt dat de meeste bedrijven iets geven of sponsoren, terwijl 34% van de bedrijven in Nederland dit niet doet. Ten opzichte van 2005 is dit een belangrijke verandering in geef- en sponsorgedrag: er zijn meer bedrijven die niets geven en minder bedrijven die zowel aan sponsoring als aan giften doen.

Er kan een verdere profilering gemaakt worden van de relatie tussen branche en geefgedrag. Allereerst wordt bekeken of er verschillen zijn tussen branches wat betreft de hoogte van de giften (tabel 4.6). Vervolgens wordt een indicatie gegeven van verschillen tussen branches als het gaat om de doelen waaraan wordt gegeven (tabel 4.7).

Tabel 4.6 Bedrag en percentage sponsoring en giften per branche in 2007

<i>Branche</i>	<i>Bedrag (x 1 miljoen euro)</i>			<i>In %</i>		
	<i>Totaal gesponsord</i>	<i>Totaal gegeven</i>	<i>Totaal gegeven en gesponsord</i>	<i>Totaal gesponsord</i>	<i>Totaal gegeven</i>	<i>Totaal gegeven en gesponsord</i>
Zakelijke dienstverlening	222	361	582	30	60	43
Groothandel	112	30	142	15	5	10
Bouw	75	20	95	1	3	7
Industrie	54	47	101	7	8	7
Bank/verzekeringen	53	8	62	7	1	5
Detailhandel non-food	91	63	155	12	10	11
Transport	38	15	54	5	2	4
Detailhandel food	19	11	31	3	2	2
Horeca	43	22	65	6	4	5
Autobranche	41	25	66	5	4	5
Totaal	749	604	1353	100	100	100

NB Bedragen zijn afgerond. Vandaar dat het 'totaal gegeven en gesponsord' bedrag met 1 miljoen kan verschillen als de bedragen 'totaal gesponsord' en 'totaal gegeven' afzonderlijk worden opgeteld.

De zakelijke dienstverlening sponsort en geeft verreweg meest. Dit kan deels verklaard worden door de omvang van de sector. Ongeveer een derde van de bedrijven in Nederland kan tot de zakelijke dienstverlening gerekend worden (zie www.geveninnederland.nl). Hierbij wordt opgemerkt dat een flink aantal bedrijven uit deze sector bestaat uit eenmanszaken. In tabel 4.7 is uiteengezet hoeveel de afzonderlijke bedrijfstakken sponsoren en/of geven per doel. De resultaten komen redelijk overeen met de resultaten die in 2005 zijn gevonden.

Tabel 4.7 De percentages van de gegeven bedragen (giften en sponsoring) in 2007 per branche naar het type doel

	<i>Sport en recreatie</i>	<i>Cultuur</i>	<i>Sociale doelen</i>	<i>Onder- wijs</i>	<i>Gezond- heid</i>	<i>Kerk</i>	<i>Milieu</i>	<i>Inter- natio- nale hulp</i>	<i>Overige</i>
Zakelijke dienst- verlening	23	14	21	15	2	3	5	7	9
Groothandel	53	11	3	15	5	6	1	1	4
Bouw	55	12	5	5	2	5	1	5	7
Industrie	37	19	12	17	5	1	3	4	2
Bank/ verzekeringen	40	45	5	3	3	2	0	2	3
Detailhandel non-food	44	12	16	7	1	6	2	1	10
Transport Detailhandel food	43	3	3	31	2	6	0	6	6
Horeca	49	26	3	10	3	3	3	0	10
Autobranche	32	12	5	20	5	8	3	5	10
	27	20	15	12	1	1	4	12	11

In alle branches wordt veel aan ondersteuning van sport en recreatie gedaan. Bij alle andere doelen is de variatie in geefgedrag tussen de branches aanzienlijk groter. Bedrijven die zich bezighouden met zakelijke dienstverlening geven percentueel minder aan sport en recreatie dan andere branches, maar relatief veel aan sociale doelen. De groothandel geeft percentueel juist veel aan sport en recreatie, net als de bouw. De industrie geeft percentueel wat meer aan cultuur. Bank- en verzekeringsbedrijven geven percentueel relatief zeer veel aan cultuur. De detailhandel non-food besteedt een groter percentage van de giften aan sociale doelen. De transportsector bestemt een relatief groot percentage van de giften aan onderwijs. De detailhandel food geeft percentueel weer veel aan cultuur. De horeca weer relatief veel aan onderwijs. De autobranche, tot slot, besteedt percentueel gezien relatief weinig aan sport en recreatie, maar in 2007 relatief veel aan cultuur, sociale doelen en internationale hulp.

Het is ook interessant om te bekijken of bedrijven een sterke focus hebben op een bepaald doel – of enkele doelen – of dat er aan veel doelen – wellicht kleine – bedragen wordt gegeven. In tabel 4.8 is weergegeven hoeveel verschillende doelen worden gesponsord door bedrijven. Het gemiddeld aantal doelen dat wordt gesponsord is 2,5. Dat suggereert dat een grote groep bedrijven inderdaad focust op enkele doelen. 60% van de bedrijven sponsort hooguit twee doelen. Overigens is er geen informatie beschikbaar over het aantal verschillende instanties dat binnen de gekozen doelen wordt gesponsord. Het is zeer wel denkbaar dat er verschillende sportteams worden gesponsord. Overigens is er een relatie met de grootte van het bedrijf. Kleine bedrijven sponsoren gemiddeld 2,0 doelen, middelgrote bedrijven 2,6 en grote bedrijven 3,1 doelen.

Tabel 4.8 Aantal verschillende doelen dat wordt gesponsord (en in percentages), in 2007

<i>Aantal doelen sponsoring</i>	<i>Aantal bedrijven</i>	<i>Percentage</i>
0	185	17
1	218	21
2	232	22
3	171	16
4	119	11
5	72	7
6	30	3
7	21	2
8	5	1
9	4	<1

Voor giften (in geld en mankracht) is eenzelfde analyse uitgevoerd. Daarvoor geldt het bij sponsoring gevonden resultaat nog sterker. Bijna 80% van de bedrijven geeft aan niet meer dan twee doelen. Ook hier is weer een relatie met de grootte van het bedrijf. Kleine bedrijven geven gemiddeld aan 1.3 doelen, middelgrote bedrijven 1.5 en grote bedrijven aan 2.0 doelen.

Tabel 4.9 Aantal verschillende doelen waaraan wordt gegeven (en in percentages), in 2007

<i>Aantal doelen/giften</i>	<i>Aantal bedrijven</i>	<i>Percentage</i>
0	436	41
1	220	21
2	174	17
3	105	10
4	53	5
5	24	2
6	22	2
7	13	1
8	3	<1
9	7	1

Er is geen duidelijk verband tussen de branche en het aantal activiteiten waaraan wordt deelgenomen. In de branches wordt derhalve aan ongeveer evenveel verschillende doelen gegeven.

Uit de hiervoor gerapporteerde resultaten blijken de bedragen die aan de verschillende doelen worden gegeven sterk uiteen te lopen. Sport, cultuur, sociale doelen en onderwijs krijgen samen 78% van de giften. De vraag is hoe breed de steun is voor de verschillende doelen. Zijn de doelen die relatief geringe giften krijgen sterk afhankelijk van een gering aantal bedrijven? Dit zou ze kwetsbaar maken voor het wegvallen van hun sponsors. In tabel 4.10 wordt weergegeven welk percentage bedrijven sponsort en geeft aan de verschillende doelen. Wat opvalt is dat de steun voor de doelen die relatief weinig krijgen zeer behoorlijk is. Dit duidt erop dat een aantal doelen van veel bedrijven giften en/of sponsoring ontvangt, maar dat die bedragen relatief klein zijn. Dit duidt er tevens op dat

deze doelen niet afhankelijk zijn van een gering aantal bedrijven. Wederom is onderzocht of er verschillen zijn tussen branches, maar dat is niet het geval.

Tabel 4.10 Het percentage bedrijven dat sponsort/geeft naar het type doel, in 2007

	<i>In percentage</i>								
	<i>Sport en recrea- tie</i>	<i>Cultuur</i>	<i>Sociale doelen</i>	<i>Onder- wijs</i>	<i>Gezond- heid</i>	<i>Kerk</i>	<i>Milieu</i>	<i>interna- tionale hulp</i>	<i>Overige</i>
Sponsoring	61	30	25	26	24	16	15	13	22
Giften	33	15	16	15	19	12	11	9	14
Percentage feitelijke sponsoring en giften	(35)	(15)	(14)	(14)	(2)	(4)	(3)	(5)	(8)

Aan de respondenten is gevraagd of het bedrijf een beleid heeft op het gebied van sponsoring, waarin is vastgelegd hoe het bedrijf beslissingen neemt over aanvragen voor sponsoring. Het is de vraag of er een relatie is tussen het bestaan van een dergelijk beleid en het geefgedrag door het bedrijf. Dat blijkt inderdaad het geval te zijn. Bedrijven met een sponsorbeleid geven gemiddeld ongeveer 50% hogere bedragen, onafhankelijk van de grootte van het bedrijf.

Overigens is er ook een verband tussen de grootte van het bedrijf en het hebben van een sponsorbeleid. Grote bedrijven hebben vaker een dergelijk beleid (zie tabel 4.11). Wederom is onderzocht of er verschillen zijn tussen branches met betrekking tot het sponsorbeleid. Er zijn weer geen grote verschillen tussen de branches. 20-30% van de bedrijven in de verschillende branches hebben een vastgelegd sponsorbeleid. Overigens is het niet mogelijk om vast te stellen of bedrijven een sponsorbeleid ontwikkelen omdat ze veel sponsoren.

Tabel 4.11 Percentage bedrijven dat sponsort/geeft naar het type doel, in 2007

	<i>In percentage</i>		
	<i>Minder dan 10 werknemers</i>	<i>10-100 werknemers</i>	<i>100 of meer werknemers</i>
Wel sponsorbeleid	18	24	56
Geen sponsorbeleid	82	76	44

4.5 Manieren van geven en het gemiddeld gegeven bedrag

In tabel 4.12 is de verdeling uiteengezet tussen geven in geld, in natura en in mankracht. Net als in het vorige onderzoek is de bedrijven *per type doel* gevraagd hoeveel zij aan dat doel hebben gegeven in de vorm van geld, hoeveel ze hebben gegeven in natura (uitgedrukt in euro) en hoeveel ze hebben gegeven in mankracht (eveneens uitgedrukt in euro).

Tabel 4.12 Manieren van geven in de periode 2003–2007, in percentages

		<i>In percentages</i>		
		2003	2005	2007
Sponsoring	geld	75	78	67
	natura	17	14	17
	mankracht	8	7	16
	Totaal	100	100	100
Giften	geld	79	83	70
	natura	14	11	12
	mankracht	7	5	19
	Totaal	100	100	100

Zoals duidelijk wordt uit tabel 4.12 is het totaalbedrag dat in 2007 gegeven of gesponsord wordt, met name tot stand gekomen door giften in de vorm van geld. Veel meer bedrijven sponsoren ook met geld ($n = 703$) dan in natura ($n = 315$) of met mankracht ($n = 163$). Opvallend is wel dat in 2007 veel meer gesponsord en gegeven wordt door middel van mankracht dan in eerdere jaren.

In tabel 4.13 worden de gemiddelde sponsorbedragen en giften uiteengezet met betrekking tot de grootte van het bedrijf. Bedrijven die niet sponsoren of geven zijn niet in tabel 4.13 opgenomen.

Tabel 4.13 Gemiddeld gegeven bedrag in euro in 2007, uitgesplitst naar de grootte van het bedrijf en manier van geven

		<i>Minder dan 10 werknemers</i>	<i>10–100 werk- nemers</i>	<i>100 of meer werknemers</i>
Sponsoring	geld	1.441 $n = 370$	7.538 $n = 286$	29.424 $n = 52$
	natura	1.274 $n = 166$	2.921 $n = 118$	16.960 $n = 31$
	mankracht	2.537 $n = 98$	9.400 $n = 50$	18.310 $n = 15$
Giften	geld	1.037 $n = 253$	4.011 $n = 190$	18.543 $n = 42$
	natura	1.375 $n = 74$	2.412 $n = 54$	4.056 $n = 17$
	mankracht	1.570 $n = 56$	3.130 $n = 23$	29.659 $n = 11$

Uit tabel 4.13 blijkt dat de grote bedrijven (honderd of meer werknemers), conform de verwachtingen, gemiddeld een groter absoluut bedrag geven dan het midden- en kleinbedrijf. Ten opzichte van eerdere metingen is er één opvallend verschil. Er lijkt zeker bij de grote bedrijven veel meer gesponsord en gegeven te worden door middel van mankracht.

4.6 Motieven om te geven en sponsoren

Aan de respondenten is gevraagd wat het belangrijkste motief is van het bedrijf om te sponsoren en te geven (zie tabel 4.14). Zelfs in het geval van sponsoring geven de respondenten met name vanuit maatschappelijke betrokkenheid.

Tabel 4.14 Belangrijkste motivatie van bedrijven voor sponsoring, in percentage

	1998	2000	2002	2004	2006	2008
Maatschappelijke betrokkenheid	37	36	31	38	36	32
Commerciële motieven	35	41	35	29	31	29
Openbare orde, veiligheid en leefbaarheid	6	5	9	8	13	17
Bevordering intern functioneren/intern management	3	3	2	2	3	4
Initiatief van de baas (directeur)						11
Anders, namelijk ...	19	15	24	23	17	7
Totaal	100 <i>n</i> = 664	100 <i>n</i> = 705	100 <i>n</i> = 637	100 <i>n</i> = 665	100 <i>n</i> = 720	100 <i>n</i> = 720

Maatschappelijke betrokkenheid en commerciële motieven zijn – en blijven – belangrijk bij de beslissing om te sponsoren. Ook een ervaren maatschappelijke taak ten aanzien van orde, veiligheid en leefbaarheid (sociale plicht) is belangrijk; het belang van deze categorie neemt over de jaren toe. De nieuw geïntroduceerde categorie initiatief van de baas (directeur/manager) blijkt ook relevant; deze drukt een belangrijke stempel op de sponsoring-activiteiten van het bedrijf. De jaren in de kolommen in tabel 4.14 wijken af van de jaren die vermeld staan in de kolommen van de tabellen over de bedragen die gesponsord dan wel gegeven zijn. Dit komt doordat respondenten gevraagd zijn naar de bedragen die hun bedrijf het *vorige jaar* heeft gegeven, dit was niet het geval als het ging om hun motivatie om te sponsoren.¹

In tabel 4.15 wordt ingegaan op de belangrijkste motivatie van bedrijven om te geven. Daarin is wel een verschuiving ten opzichte van eerdere jaren op te merken. Ofschoon maatschappelijke betrokkenheid nog steeds duidelijk als belangrijkste motief wordt genoemd, is het percentage duidelijk lager dan in voorgaande jaren. Het belang van commerciële doeleinden is toegenomen. De ervaren maatschappelijke taak ten aanzien van orde, veiligheid en leefbaarheid (sociale plicht) is ook bij geven een sterk motief, waarvan

¹ Ter toelichting: de meest recente enquête is afgenomen in mei 2008. Aan de respondenten is gevraagd wat hun bedrijf gesponsord dan wel gegeven heeft in het afgelopen jaar, 2007. De motivatie van een bedrijf om te sponsoren is rechtstreeks gevraagd: 'Welke motivaties heeft u om te sponsoren?'. De gegevens hebben dus niet speciaal betrekking op 2007.



het belang toeneemt over de jaren. Ook bij geven blijkt de – nieuw geïntroduceerde – categorie initiatief van de baas (directeur/manager) een zinvolle toevoeging, aangezien deze bij 10% van de bedrijven een beslissende rol speelt. Net als bij sponsoring wordt het interne functioneren van de organisatie nauwelijks genoemd als motivatie om te geven. Een vergelijking tussen tabel 4.14 en tabel 4.15 maakt duidelijk dat, net als in voorgaande jaren, geven meer voortkomt uit maatschappelijke betrokkenheid (42%) dan bij sponsoring (32%). Dit is conform de verwachtingen, daar sponsoring omschreven is aan de respondenten als ‘giften met een zakelijk belang’ terwijl geven omschreven is als ‘geven zonder zakelijk belang’.

Tabel 4.15 Belangrijkste motivatie van bedrijven om te geven, in percentage

	1998	2000	2002	2004	2006	2008
Maatschappelijke betrokkenheid	55	59	60	56	61	42
Commerciële motieven	21	11	5	7	10	18
Openbare orde, veiligheid en leefbaarheid	5	7	7	6	13	19
Bevordering intern functioneren/intern management	1	3	2	2	2	4
Initiatief van de baas (directeur)						10
Anders, namelijk ...	18	20	21	29	15	7
Totaal	100	100	100	100	100	100
	n = 215	n = 513	n = 423	n = 517	n = 510	n = 621

De respondenten geven aan dat maatschappelijke betrokkenheid de belangrijkste motivatie is van een bedrijf om te geven en ook een belangrijke motivatie is om te sponsoren. Nu zouden deze data min of meer ‘vertekend’ kunnen zijn doordat het sociaal wenselijk is voor respondenten om te antwoorden dat ze geven vanuit maatschappelijke betrokkenheid. Daarom is een aparte vraag opgenomen of het bedrijf bekendheid geeft aan het sponsoren c.q. geven. Van de bedrijven zegt echter 67% geen bekendheid te geven aan haar sponsoractiviteiten. Dit zou erop kunnen duiden dat maatschappelijke betrokkenheid een rol speelt bij de motivatie om te geven. Dit betekent niet automatisch dat er bij sponsoring geen commercieel belang in het geding is. Hierbij valt te denken aan de tegenprestatie die de sponsor krijgt, zoals de vermelding van de naam van de sponsor in het programma of op kleding van de sporters. Het bedrijf krijgt dan toch een grotere naamsbekendheid, ook al laten bedrijven zich niet voorstaan op hun sponsoractiviteiten.

73% van de respondenten zegt geen bekendheid te geven aan de giften die gedaan zijn zonder zakelijk belang, een nauwelijks hoger percentage dan bij sponsoring. Dit zou erop kunnen duiden dat organisaties ook in 2007 geen scherp onderscheid maken tussen sponsoring en giften.

Er is ook gevraagd of de bedrijven sponsoring en giften aftrekken van de belastbare winst. Van de sponsorende bedrijven trekt 64% sponsorbedragen af van de belastbare winst. Bij giften trekt 54% van de bedrijven de giften af van de belastbare winst.

Verder is bekeken of de vraag om sponsoring of giften vooral uit de lokale omgeving van het bedrijf is gekomen of van landelijke organisaties, waarbij tevens is gevraagd of het



grootste gedeelte van sponsoring en giften naar lokale of nationale organisaties is gegaan. De resultaten van deze vragen zijn weergegeven in tabel 4.16. De tabel laat zien dat veruit de meeste verzoeken om sponsoring/giften vanuit lokale doelen worden gedaan en dat lokale doelen ook veel vaker gesponsord worden en giften krijgen. Tussen de twee variabelen is ook een duidelijke relatie, hetgeen suggereert dat degenen die namens de goede doelen organisaties benaderen, daadwerkelijk succes hebben bij het verkrijgen van sponsoring en giften van deze organisaties. Een actieve benadering van lokale organisaties lijkt een recept voor succes.

Tabel 4.16 Percentage bedrijven dat verzoeken krijgt om sponsoring/giften vanuit nationale of lokale doelen en het percentage bedrijven dat nationale en lokale doelen feitelijk sponsort/geeft

		<i>In percentage</i>	
		<i>Verzoeken om sponsoring/ giften</i>	<i>Feitelijke Sponsoring/giften</i>
Sponsoring	Nationale doelen	14	15
	Lokale doelen	65	75
	Beide	21	11
Giften	Nationale doelen	21	20
	Lokale doelen	55	66
	Beide	24	14

Daarnaast is gevraagd of het aantal verzoeken om sponsoring en giften is afgenomen, gelijk gebleven of toegenomen ten opzichte van het jaar ervoor. 41% van de respondenten geeft aan dat het aantal verzoeken om sponsoring is toegenomen, 55% dat het is gelijk gebleven en 4% dat het aantal verzoeken is afgenomen. 32% van de respondenten geeft aan dat het aantal verzoeken om giften is toegenomen, 63% dat het is gelijk gebleven en 4% dat het is afgenomen.

4.7 Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) en Giften en Sponsoring

Volgens de veelgebruikte definitie van Carroll (1979, p. 500) is filantropie een onderdeel van MVO. 'The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point in time.' Carroll's definitie omvat vier verschillende verantwoordelijkheden: 1) economische verantwoordelijkheden (het produceren van goederen en diensten om deze met winst te verkopen, 2) juridische verantwoordelijkheden (de wetten en regels waaronder bedrijven verwacht worden te opereren), 3) ethische verantwoordelijkheden (het voldoen aan de verwachtingen van de maatschappij die boven de wettelijke vereisen uitstijgen), 4) discretionaire verantwoordelijkheden (vrijwillige activiteiten zoals het doen van filantropische bijdragen, trainen van langdurig werklozen, et cetera)'.

De belangstelling voor maatschappelijk verantwoord ondernemen uit zich vooral in beschouwingen, in wetenschappelijke artikelen, beleidsadviezen, studienota's (bijvoor-

beeld van de Sociaal Economische Raad) overlegplatforms (Samenleving en Bedrijf; MVO Nederland) in de snelle groei van gespecialiseerde adviesbureaus (zoals Good Company, Triple Value, Scholten & Franssen et cetera) en in de hoeveelheid informatiemateriaal over 'good practices' (zie Schuyt & Meijer, 2008). Er zijn audits in de maak en bestaande bedrijven-audits worden uitgebreid met criteria voor maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Echter, MVO onderzoek dat representatief is voor het Nederlandse bedrijfsleven is schaars. Het MVO-onderzoek in de Ondernemerschapsmonitor van 2001 en 2002 van het Ministerie van Economische Zaken is voor zover ons bekend, het enige representatieve onderzoek.

Om dit hiaat te vullen, is in overleg met MVO-Nederland en het Ministerie van EZ een vragenlijst opgesteld met 22 vragen over MVO. Omdat deze meting via het bedrijven telepanel is gedaan, bestaat de mogelijkheid het onderzoek te herhalen en dan longitudinale analyses uit te voeren.

4.7.1 Bekendheid met MVO

Van de 1057 responderende bedrijven blijkt ongeveer 59% bekend te zijn met de term MVO en 41% niet. Dit kan als een positief resultaat worden uitgelegd, maar met evenveel recht kan worden geconcludeerd dat deze score laag is gezien de inspanningen die zijn – en worden – geleverd om dit issue op de maatschappelijke agenda te krijgen.

Vervolgens is aan de bedrijven de inhoud van MVO omschreven: 'Maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent dat u naast het streven naar winst (profit) ook rekening houdt met het effect van uw activiteiten op het milieu (planet) en dat u oog heeft voor menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (people)'. Vervolgens is de vraag gesteld of het bedrijf – gezien die omschrijving – doet aan MVO. Van de bedrijven doet 52% aan MVO (zoals omschreven) en 48% niet. Grote bedrijven zijn hierbij oververtegenwoordigd. Bij bedrijven tot honderd werknemers doet ongeveer de helft van de bedrijven aan MVO, bij bedrijven met meer dan honderd medewerkers doet ruim driekwart aan MVO. Er zijn geen grote verschillen in MVO tussen branches.

Van de Nederlandse bedrijven heeft 15% een MVO-beleid en 85% niet. Wanneer uitsluitend gekeken wordt naar de bedrijven die aan MVO zeggen te doen, geeft 29% aan een MVO-beleid te hebben. Dit betekent derhalve dat een zeer grote meerderheid van de bedrijven aan MVO doen zonder daarvoor een beleid ontwikkeld te hebben. Ook hier geldt weer dat – van de bedrijven die aan MVO doen – grote bedrijven veel vaker aangeven een MVO-beleid te hebben (53%) dan bedrijven tot 100 werknemers (29%).

4.7.2 Medewerkervrijwilligerswerk

Een bekende manier om aan MVO te doen is door medewerkers de gelegenheid te geven onder werktijd aan vrijwilligerswerk te doen (bijvoorbeeld door detachering bij maatschappelijke organisaties, teamprojecten zoals een klussendag, bestuurswerk en advisering, en dergelijke). Meestal gebeurt dat in door organisaties gespecificeerde projecten. Dit soort projecten wordt door medewerkers positief gewaardeerd, zowel door hen die actief

worden als vrijwilliger als door degenen die niet aan de projecten meedoen (De Gilder, Schuyt & Breedijk, 2003).

In de onderzochte steekproef biedt 15% van de bedrijven hun medewerkers de gelegenheid om aan medewerkervrijwilligerswerk te doen. Ook hier is er een lichte oververtegenwoordiging van grote bedrijven.

Mogelijk verklaart de deelname van bedrijven aan medewerkervrijwilligerswerk voor een deel waarom er in 2007 zo veel meer is gegeven en gesponsord door middel van mankracht. Medwerkervrijwilligerswerk is een populaire manier geworden om directe betrokkenheid van het bedrijf bij de samenleving te tonen, omdat het een veel minder anonieme manier van geven is. Wellicht is dit wel ten koste gegaan van andere manieren van geven en sponsoren.

4.7.3 MVO-activiteiten en de effecten op het bedrijfsresultaat

De respondenten is gevraagd aan te geven tot welke terreinen hun MVO-activiteiten zich uitstrekken. De resultaten zijn weergegeven in tabel 4.17. De resultaten laten zien dat energiebesparing en milieugerelateerde activiteiten veruit de belangrijkste MVO-activiteiten voor bedrijven zijn. Opvallend is dat bedrijven erg weinig communiceren over hun MVO-activiteiten en ook in bescheiden mate meenemen in hun marketingstrategie. Uit de resultaten valt ook af te leiden dat bedrijven meerdere MVO-activiteiten naast elkaar ontplooiën. Nadere analyse leert dat bedrijven aan gemiddeld 3 à 4 MVO-activiteiten meedoen.

Er is de respondenten ook gevraagd een inschatting te maken of MVO een positieve of negatieve invloed heeft op het bedrijfsresultaat. Deze vraag is niet in de tabel opgenomen omdat die andere antwoordcategorieën heeft (een vijfpunts schaal van zeer positief tot zeer negatief). Van de respondenten geeft 8% aan dat de invloed van MVO negatief tot zeer negatief is, 54% is neutraal en 26% zegt dat de invloed positief tot zeer positief is. 12% weet niet wat de invloed van MVO is.

Tabel 4.17 MVO-activiteiten door bedrijven in 2007, in percentages

	<i>In percentage</i>		
	<i>Ja</i>	<i>Nee</i>	<i>Weet niet</i>
Neemt uw bedrijf maatregelen om energie te besparen?	73	24	3
Houdt u rekening met duurzaamheid bij uw financiële zaken als leningen en beleggingen?	34	58	8
Houdt u in uw bedrijfsvoering rekening met het milieu (denk hierbij aan afvalvermindering, afvalscheiding, recycling)?	87	12	1
Neemt u MVO mee in uw marketingstrategie?	21	73	6
Stelt u MVO-eisen aan uw leveranciers?	26	70	4
Heeft u een integriteitbeleid?	28	64	8
Is uw medewerkersbestand een afspiegeling van de samenleving? (heeft u bewust allochtonen, arbeidsgehandicapten, ouderen in dienst)	33	64	3
Houdt u rekening met het milieu bij uw mobiliteit?	36	64	0
Communiqueert u over uw MVO-activiteiten?	14	85	1

4.7.4 Attitude ten opzichte van maatschappelijke taken van bedrijven

Tot slot zijn enkele stellingen voorgelegd over de maatschappelijke taken van bedrijven (zie Tabel 4.18). Het zijn stellingen die een kritische houding ten opzichte van MVO beschrijven. Uit de resultaten blijkt dat ruime meerderheden van de respondenten het oneens zijn met de kritische stellingen ten aanzien van MVO. Toch is er ook een kleine minderheid van bedrijven, 5-10%, die het eens of helemaal eens zijn met deze stellingen. Er is dus een aantal bedrijven dat zich afzet tegen het idee van MVO.

Tabel 4.18 Antwoorden op stellingen over maatschappelijke taken van bedrijven

	<i>Helemaal oneens</i>	<i>Oneens</i>	<i>Noch oneens, noch eens</i>	<i>Eens</i>	<i>Helemaal eens</i>
Bedrijven hoeven geen maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen	18%	58%	19%	4%	1%
Betrokkenheid bij maatschappelijke activiteiten beschadigt het bedrijf doordat geld en tijd aan het primaire bedrijfsdoel worden onttrokken	10%	51%	31%	7%	1%
MVO staat gelijk aan diefstal als het de opbrengst van aandeelhouders vermindert	17%	47%	26%	8%	2%

Samenvattend kan gesteld worden dat het begrip MVO bij bedrijven redelijk bekend is. Ongeveer 60% kent het begrip, 50% doet aan MVO en 15% heeft een MVO-beleid. Zeer veel bedrijven die aan MVO doen, houden zich bezig met energiebesparing en milieu-maatregelen. Dat zijn dan ook veruit de populairste MVO-activiteiten. Een substantieel aantal bedrijven, 15%, doet aan medewerkervrijwilligerswerk. De attitude van bedrijven ten opzichte van MVO is tamelijk positief, ook bij bedrijven die zelf geen MVO-activiteiten ontplooiën. Tegelijk heeft een gering aantal bedrijven ook een echt negatieve houding ten opzichte van MVO-activiteiten.

Het zou nuttig zijn de resultaten te bekijken in samenhang met andere gegevens, teneinde vast te kunnen stellen of er sprake is van progressie, stagnatie of regressie op het gebied van MVO. In ieder geval is het de moeite waard de gegevens wederom te verzamelen bij een volgende afname van de GIN-vragenlijst, om in de toekomst valide vergelijkingen te kunnen maken.

Literatuur

- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Gilder, D. de, T.N.M. Schuyt & M. Breedijk (2005). Effects of an Employee Volunteering Program on the Work Force: The ABN-AMRO Case, *Journal of Business Ethics*, 61, 2, 143-152

Schuyt, Th.N.M & M-M Meijer (2008) 'De maatschappelijke bijdragen van het bedrijfsleven: wat bevordert het issue? In: Dekker, P. en P. van Seters (red.). *Bedrijfsleven en Civil Society*. Driebergen: Stichting Synthesis. Pp. 61-71

Sociaal-Economische Raad. 2000. *De winst van waarden. Ontwerpadvies over maatschappelijk verantwoord ondernemen*. Den Haag, SER.

Ondernemerschapsmonitor Winter 2000-2001; Winter 2002-2003. Den Haag, Ministerie van Economische Zaken.

www.mvonderland.nl

www.samen.nl

www.vno-ncw.nl (Dossier Maatschappelijk Ondernemen)

Geven door goededoelenloterijen

Samenvatting

De goededoelenloterijen hebben in 2007 een totaalbedrag van 395 miljoen euro aan maatschappelijke en goede doelen afgedragen. Hiervan is 377 miljoen euro afkomstig van de vijf landelijke (semi)permanente kansspel-vergunninghouders (Nationale Postcode Loterij, de BankGiro Loterij, Sponsor Bingo Loterij, de Lotto en de Scientific Games). Bijna 18 miljoen euro is afkomstig van het platform samenwerkende non-profitloterijen. Dit zijn goededoelenorganisaties, zoals de Grote Clubactie en KWF Kankerbestrijding met een eigen loterij.

De sectoren 'Internationale hulp' en 'Milieu, natuurbehoud en dieren' kunnen in 2007 op het meeste geld rekenen. Ten opzichte van 2005 is het totaal geschonken bedrag van goededoelenloterijen nagenoeg gelijk gebleven.

5.1 Inleiding

De goklust in Nederland is vanaf 1726 met de instelling van de Generaliteitsloterij (de latere Staatsloterij) maatschappelijk geaccepteerd, wettelijk gereguleerd en vervolgens ook ten nutte gemaakt voor het algemeen belang: de staatskas (Van 't Veer, 1998; Kingma, 2002).

Na de Tweede Wereldoorlog hebben sociale entrepreneurs om gelden te werven voor de (katholieke) goede doelen, loterijen opgezet. Een pionier van de jaren vijftig en zestig die gebruik van de media – de radio – wist te maken, was Albert Bergers (Schmitz, 2002, p. 10). De initiatieven uit deze naoorlogse tijd werden bestuurlijk begeleid door een maatschappelijke elite, van wie belangrijke woordvoerders een bancaire achtergrond hadden, bijvoorbeeld Van Emden en Van Lanschot (Schmitz, 2002; De Heer, 2003). De giroloterij startte in 1970, de bankloterij in 1978. De Lotto begon met sportprijzsvragen in 1961, de Sponsor Bingo Loterij werd in 1989 vanuit de Vereniging Humanitas opgezet.

Een tweede pionier, die rond 1990 van zich liet spreken, was Boudewijn Poelmann. Hij startte met drie andere initiatiefnemers het bedrijf Novamedia. Afkomstig uit de goede doelen (Novib) en bekend geraakt met de mogelijkheden van moderne tv-showprogramma's, begonnen zij in 1989 met de Nationale Postcode Loterij.

Er zijn vijf landelijke, (semi)permanente kansspelvergunninghouders die hun opbrengst afdragen aan goede doelen: de Nationale Postcode Loterij N.V., de BankGiro Loterij N.V., de Sponsor Bingo Loterij N.V. (in 2004 zijn deze drie ondergebracht onder de Holding

Nationale Goede Doelen Loterijen N.V.), de Stichting de Nationale Sporttotalisator (De Lotto) en Scientific Games Racing B.V.

De Nationale Postcode Loterij, de grootste van deze vijf, richt zich vooral op ontwikkelingssamenwerking en mensenrechten, natuur en milieu en sociale cohesie in Nederland. De Sponsor Bingo Loterij richt zich overwegend op welzijn en gezondheid. De BankGiro Loterij draagt vooral bij aan cultuur. De opbrengsten van De Lotto gaan voor het grootste deel naar de sportsector en voor een klein deel naar cultuur, maatschappelijk welzijn en volksgezondheid. Tot slot dragen de Scientific Games met name bij aan de draf- en ren-sport in Nederland (College van Toezicht op de Kansspelen; jaarverslag 2007: p. 31, p. 35).

De opbrengsten ten behoeve van het goede doel van de vijf landelijke, (semi)permanente kansspelvergunninghouders gaan ofwel rechtstreeks naar goede doelen (bijvoorbeeld Natuurmonumenten of naar de vier Rijksmusea) ofwel naar intermediairs (bijvoorbeeld het NOC*NSF, het Prins Bernhard Cultuur Fonds, de Stichting Doen).

In totaal hebben de vijf kansspelvergunninghouders in 2007 ongeveer 377 miljoen euro bijgedragen aan maatschappelijke en goede doelen (zie tabel 5.1).

Tabel 5.1 Bijdragen in 2007 van de vijf landelijke (semi)permanente kansspelvergunninghouders aan maatschappelijke en goede doelen

	<i>x miljoen euro</i>
Nationale Goede Doelen Loterijen, waarvan	320
– Nationale Postcode Loterij	226
– BankGiro Loterij	54
– Sponsor Bingo Loterij	40
Lotto	54
Scientific Games	3
Totaal	377

(Ontleend aan Jaarverslag 2007; College van toezicht op de kansspelen)

Naast de hiervoor genoemde goededoelenloterijen zijn er houders van een landelijke loterijvergunning op basis van artikel 3 van de Wet op de kansspelen (WOK). Het betreft hier goededoelenorganisaties die een eigen loterij hebben. De grootste vijf die jaarlijks een nieuwe vergunning moeten aanvragen zijn sinds 2003 verenigd in het platform van de samenwerkende non-profitloterijen. In totaal brachten deze loterijen in 2007 € 17,682 miljoen op, zie tabel 5.2.

Tabel 5.2 Platform van de samenwerkende non-profitloterijen: opbrengsten in 2007

	<i>Omzet x miljoen euro</i>	<i>'Afdracht' x miljoen euro</i>
Zonnebloem	2,5	2,3
Jantje Beton	1,5	1,3
Scouting Nederland	0,5	0,5
KWf kankerbestrijding	6,3	5,6
Grote Clubactie/Support Actie	10,0	8,0
Totaal	20,8	17,7

(informatie ter beschikking gesteld door de genoemde goededoelenorganisaties)

5.2 Begunstigde doelen

Welke goede doelen ontvangen gelden van de vijf landelijke kansspelvergunninghouders? Deze vraag is voor bepaalde doelen niet eenvoudig te beantwoorden, omdat intermediaire organisaties vaak als 'verdeelstation' fungeren voor meerdere maatschappelijke doelen. Stichting Doen bijvoorbeeld, ontving in 2007 35 miljoen euro. Deze organisatie steunde in 2007 vele (n = 246) initiatieven. Hetzelfde geldt voor het Oranje Fonds en het Prins Bernhard Cultuurfonds die respectievelijk € 18,3 en € 17,8 miljoen van kansspelvergunninghouders ontvingen. Ook deze organisaties zijn intermediairs die jaarlijks bijdragen aan diverse goede doelen. Nederland kent een bloeiend maatschappelijk middenveld en telt vele stichtingen en verenigingen 'ten algemene nutte' die gedragen worden door een leger van vrijwilligers. Het geld uit de kansspelen vindt vaak via deze intermediaire organisaties zijn weg naar talloze (lokale) goede doelen.

Het is derhalve vooralsnog een moeilijke opgave te onderzoeken welke goede doelen uiteindelijk gelden ontvangen. Wel is het mogelijk enige globale schattingen van de begunstigde doelen te maken. Deze hebben we weergegeven in tabel 5.3. De opbrengsten van het platform samenwerkende non-profitloterijen hebben we hierbij meegerekend.

Tabel 5.3 Kansspelopbrengsten van de 5 landelijke permanente kansspelvergunninghouders per begunstigd doel in 2003, 2005 en 2007 en de opbrengsten van het platform samenwerkende non-profitloterijen in 2005 en 2007

	2003	2005	2007
	<i>x miljoen euro</i>		
1 Kerk en levensbeschouwing*	–,-	–,-	–,-
2 Gezondheid	24	28	29
3 Internationale hulp	79	88	94
4 Milieu/natuurbehoud/dierenbescherming	67	80	74
5 Onderwijs/ onderzoek*	–,-	–,-	–,-
6 Cultuur	26	33	38
7 Sport/ recreatie	44	57	50
8 Maatschappelijke/ sociale doelen	52	59	56
Flexibele bestemming (Overigen / diversen)	21	22	18
Algemeen (Stichting DOEN, Fonds Bijzondere Uitkeringen ALN)	56	29	35
Subtotaal:	369	396	394

* Ontleend aan het *Jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen 2007*, p. 66-69 (2005, p. 71-73; 2003, p. 78-79).

NB Kerk en levensbeschouwing en onderwijs en onderzoek zijn categorieën die niet tot begunstigten van goededoelenloterijen behoren.

De doelen ‘internationale hulp’ en ‘milieu, natuurbehoud en dierenbescherming’ ontvangen in 2007 het meest (respectievelijk 93,9 en 74,4 miljoen euro).

Het minst ontvangen de doelen ‘gezondheid’ en ‘cultuur’, respectievelijk 28,5 en 38,2 miljoen euro. Ook worden niet alle goededoelensectoren begunstigd, althans, ze worden niet specifiek genoemd. Het betreft hier de doelen ‘kerk en levensbeschouwing’ en ‘onderwijs en onderzoek’.

Als de bijdragen van Stichting DOEN toegevoegd worden aan de hiervoor genoemde doelen, dan ziet de verdeling er als volgt uit: Stichting Doen uit de Bank Giro Loterij, bestemd voor cultuur: 4,3 miljoen euro. Stichting DOEN uit de Sponsor Bingo Loterij, bestemd voor welzijn en gezondheid: 2,8 miljoen euro. Stichting DOEN uit de Nationale Postcode Loterij, bestemd voor internationale hulp, natuur en milieu en maatschappelijke doelen: 26 miljoen euro.

Ten opzichte van 2005 is het totaal geschonken bedrag van de goededoelenloterijen ongeveer gelijk gebleven. Internationale hulp en cultuur lijken als begunstigde doelen te zijn gestegen, maar milieu, natuurbehoud en dierenbescherming evenals sport en recreatie hebben daarentegen minder geld vanuit de loterijen gekregen.

Top tien begunstigden van goededoelenloterijen in 2007

Top tien	x miljoen euro
1 NOC*NSF	38
2 Stichting Doen	35
3 Oranje Fonds	18
4 Prins Bernard Cultuur Fonds	18
5 Oxfam Novib	17
6 Wereld Natuur Fonds	16
7 Artsen zonder Grenzen	16
8 UNICEF	16
9 Loterijacties Volksgezondheid	15
10 Natuurmonumenten	14

Ontleend aan het *Jaarverslag van het College van Toezicht op de Kansspelen 2007*, p66

Literatuur

- College van Toezicht op de Kansspelen. *Jaarverslag 2007, Jaarverslag 2005, Jaarverslag 2003*. Den Haag
- Veer, A. van 't (1998). *Spelregels*. Gouda, Quint.
- Heer, W. de (2003). *Van sporttoto tot De Lotto. De ontwikkeling van de Stichting de Nationale Sporttotalisator van 1960 tot 2003*. Haarlem, De Vrieseborch.
- Kingma, S. (2002). *Het gokcomplex. Verzelfstandiging van vermaak*. Amsterdam, Rozenberg Publishers
- Schmitz, B. (2002). *Een vangnet van 250 miljoen. Kroniek van vijftig jaren Stichting Katholieke Noden*. Nijmegen, Uitgeverij Valkhof Pers.

HOOFDSTUK 6

Geven van tijd: vrijwilligerswerk

Samenvatting

De omvang van het vrijwilligerswerk in Nederland is de afgelopen twee jaar toegenomen. De toename zit vooral in het aantal uren dat vrijwilligers actief zijn. Vrijwilligers besteden gemiddeld 18,4 uur per maand aan vrijwilligerswerk. In 2006 was dat slechts 13,3 uur. Het percentage van de Nederlanders dat vrijwilligerswerk doet is ook gestegen, maar minder sterk. In 2008 deed 44,6% van de bevolking minstens eenmaal in het afgelopen jaar onbetaald werk voor een maatschappelijke organisatie. In 2006 was het 42%.

De sport is de sector waarin de meeste vrijwilligers in Nederland actief zijn en het percentage vrijwilligers in de sport is de afgelopen twee jaar verder gestegen. Ook in de meeste andere sectoren is het percentage vrijwilligerswerk gestegen, behalve in de sector vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp en mensenrechten.

Nederlandse vrijwilligers worden het meest gestimuleerd door motieven die te maken hebben met zelfbevestiging, leren en waarden. Ook het carrièremotief wordt genoemd, maar minder vaak.

Vrijwilligers zijn vaker hoger opgeleiden, kerkelijke Nederlanders en dan met name Protestanten, regelmatige kerkbezoekers en geboren voor 1970. Onder de vrijwilligers besteden regelmatige kerkgangers, alleenstaanden en werklozen meer tijd aan vrijwilligerswerk.

6.1 Hoeveel Nederlanders doen vrijwilligerswerk?

Op basis van het *Geven in Nederland*-onderzoek 2009 wordt geschat dat 44,6% van de Nederlanders jaarlijks actief is als onbetaald vrijwilliger voor minstens één maatschappelijke organisatie.¹ De schatting voor 2008 is hoger dan in 2006, toen het nog 42,1% was.²

1 De cijfers in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op antwoorden op vragen over vrijwilligerswerk van dezelfde respondenten die ook de vragen over giften in het afgelopen jaar hebben beantwoord, op basis waarvan hoofdstuk 1 is geschreven. In dit hoofdstuk zijn echter niet de gegevens gebruikt van de respondenten uit de groepen minderheden die mondeling zijn ondervraagd. De cijfers hebben dus betrekking op een grotendeels autochtone steekproef. 'Vrijwilligerswerk' wordt in de vragenlijst als volgt omschreven: 'Met vrijwilligerswerk bedoelen we werkzaamheden waarvoor u geen salaris of loon ontvangt, maar eventueel wel een kleine onkostenvergoeding.' De respondenten rapporteren over hun vrijwilligerswerk in de afgelopen twaalf maanden. Het meetjaar voor dit hoofdstuk over vrijwilligerswerk loopt daardoor van mei 2007 tot mei 2008. NB: dit is niet het geval in de hoofdstukken over giften, waarin de cijfers betrekking hebben op het kalenderjaar 2007. Zie de methodologische verantwoording voor meer informatie over de definitie van vrijwilligerswerk in de vragenlijst.

2 Onder de 'longitudinale groep' van respondenten die ook aan het vorige GIN-onderzoek meededen is het percentage vrijwilligers minder sterk gestegen, van 42,8% in 2006 naar 43,6% in 2008. Het verschil is niet significant.

Het percentage vrijwilligers is in 2008 weer bijna terug op het niveau van 2002, toen het op 45,7% geschat werd.¹

Tabel 6.1 Vrijwilligerswerk voor maatschappelijke organisaties in de afgelopen twaalf maanden (2002–2008)

	2002	2004	2006	2008
Doet geen vrijwilligerswerk ^a	54,3	58,7	57,9	55,4
Doet wel vrijwilligerswerk	45,7	41,3	42,1	44,6
Sport	15,5	10,2	12,3	13,4
Religie en levensbeschouwing	10,5	9,7	8,2	8,8
Gezondheid	7,9	6,6	6,1	6,9
Recreatie, hobby ^b	----	8,4	6,6	6,5
Scholen/volwasseneneducatie	7,6	4,9	5,7	6,1
Buurtvereniging en belangenbehartiging, woningbouw-, huurdersvereniging	6,2	5,0	3,8	4,5
Kunst/Cultuur	3,3	2,4	1,8	3,3
Opbouwwerk, club- en buurthuiswerk	6,0	4,0	3,2	3,0
Reclassering/slachtofferhulp	4,9	2,0	2,6	2,7
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	1,9	1,6	2,0	2,2
Vakbond, beroepsorganisatie	3,4	2,0	2,0	2,0
Politiek	1,4	1,5	1,2	1,2
Vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp, mensenrechten	2,5	1,9	2,1	1,4
Organisatie voor allochtonen	0,5	0,3	0,3	0,1
Overig	5,3	4,2	7,6	8,0

a Degenen die wel vrijwilligerswerk zeiden te doen, maar vervolgens geen enkele organisatie noemden waarvoor ze actief waren, zijn niet als vrijwilligers beschouwd. Waarschijnlijk bieden zij informele hulp aan anderen, buiten een maatschappelijke organisatie om.

b Recreatie/hobby werd in 2002 niet als aparte categorie aangeboden.

De toename van het percentage vrijwilligers past niet bij het beeld dat er een tekort is aan vrijwilligers. De toename komt echter ook uit onderzoek van het CBS naar voren.² In het algemeen lijkt een tekort aan vrijwilligers een chronisch onderdeel te zijn van het vrijwilligerswerk (Devilee, 2005).

33,6% van de Nederlanders zegt minimaal één maal per maand vrijwilligerswerk te doen. Dat is een flinke toename sinds 2006, toen het percentage nog op 26,5 lag. Van de vrijwilligers zegt 70,6% minimaal één maal per maand actief te zijn. In 2006 was dit nog slechts 61,4% van de vrijwilligers.

1 We geven in dit hoofdstuk geen schatting van de economische waarde van vrijwilligerswerk. Het is verleidelijk om dat wel te doen, bijvoorbeeld door het aantal uur te vermenigvuldigen met het minimumuurloon. Zulke rekensommen worden in ander onderzoek wel gemaakt. Het is echter onwaarschijnlijk dat het aantal uur dat vrijwilligers besteden ook gemaakt zou worden door betaalde krachten wanneer er geen vrijwilligers beschikbaar zouden zijn. Alleen vrijwilligerswerk dat door betaalde krachten verricht zou worden, zou meegeteld kunnen worden tegen marktprijzen.

2 De schatting van het percentage Nederlanders dat vrijwilligerswerk doet komt sterk overeen met de schatting van het CBS op basis van het Permanent Onderzoek Leefsituatie (POLS), die 44,9% bedraagt (Van Herten, 2008). In POLS was het percentage vrijwilligers in 2004 nog 42,5%.

Nederlanders zijn het vaakst actief als vrijwilliger in de sectoren sport, religie/levensbeschouwing, in de restcategorie 'overig', in de sector gezondheid en in een recreatieve vereniging of hobbyclub. Er zijn enkele verschuivingen zichtbaar in de vrijwilligersactiviteit voor specifieke soorten maatschappelijke organisaties. Het vrijwilligerswerk in de sport is verder gestegen. Na een daling van 15,5% naar 10,2% tussen 2002 en 2004 is het weer 13,4% in 2008. Het percentage vrijwilligers in de sector religie en levensbeschouwing is weer iets toegenomen en ligt nu op 8,8.¹ Het percentage vrijwilligers in de sector gezondheid, op scholen, in buurtverenigingen en woningbouw- en huurdersverenigingen en in de sector kunst en cultuur is gestegen sinds 2006. De toename van het vrijwilligerswerk op scholen was in 2006 al ingezet. Het aantal vrijwilligers in de sector kunst en cultuur is in 2008 weer terug op het niveau van 2002, na een flinke daling in 2004. Opvallend is ook de daling in de sector vluchtelingenwerk, mensenrechten en ontwikkelingshulp. Deze trend lijkt in tegenspraak met de toegenomen aandacht in de media voor het 'particulier initiatief' in de ontwikkelingshulp. Het is echter mogelijk dat de daling met name zit in de subsector vluchtelingenwerk en mensenrechten, en niet zozeer in de ontwikkelingshulp en ontwikkelingssamenwerking.²

6.2 Intensiteit van deelname aan vrijwilligerswerk

De hoeveelheid tijd die vrijwilligers aan vrijwilligerswerk besteden, is de afgelopen twee jaar weer toegenomen. De vrijwilligers zeiden gemiddeld 18,4 uur per maand aan vrijwilligerswerk te besteden. Daarmee is de dalende trend van de afgelopen jaren stopgezet. In 2006 was het aantal uren dat vrijwilligers actief waren nog maar 13,2 uur; in 2004 17,2 uur, en in 2002 nog 23 uur.³ Het aandeel vrijwilligers dat meer dan tien uur per maand actief is als vrijwilliger, is met 46,1% terug op het niveau van 2002. In 2006 was dat nog maar 35,2%.⁴

Het gemiddelde aantal organisaties waarvoor vrijwilligers actief zijn is de afgelopen jaren gelijk gebleven (1,6). Onder de oppervlakte zijn wel enkele verschuivingen zichtbaar (zie figuur 6.1).

1 Overigens blijkt het percentage vrijwilligers in de kerk onder katholieken gedaald van 10,4% naar 9,5%, terwijl het onder protestanten is gestegen van 27,0% naar 29,9%. De daling van het aantal kerkelijke vrijwilligers onder katholieken is ook gesignaleerd door het KASKI (Massaar-Remmerswaal en Kregting, 2008).

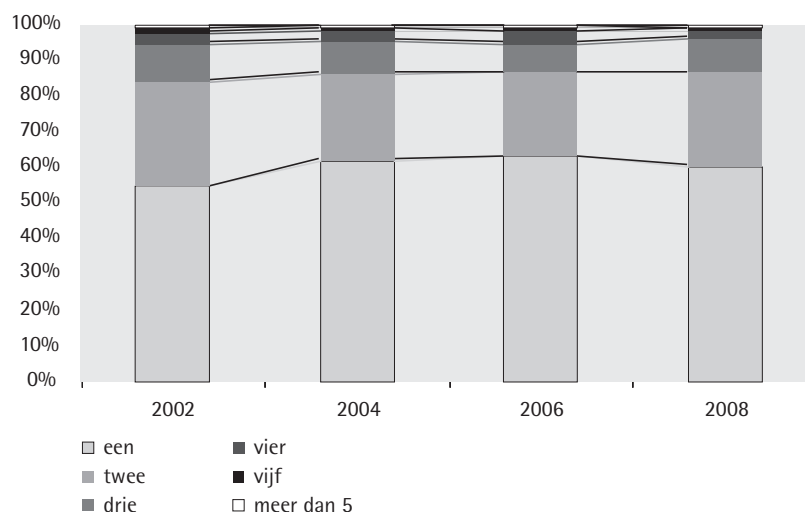
2 We hebben in dit *Geven in Nederland*-onderzoek voor het eerst apart gevraagd naar de twee subsectoren. Ze zijn ongeveer even groot (respectievelijk 0,7% en 0,8%). Om de cijfers met vorige edities te kunnen vergelijken hebben we deze vervolgens weer samengevoegd.

3 Onder de respondenten uit de 'longitudinale groep' is de toename in het aantal uur vrijwilligerswerk significant. Dit geldt zowel voor de vergelijking waarin de niet-vrijwilligers een 0 krijgen op het aantal uur vrijwilligerswerk (gemiddeld 5,75 uur in 2006 en 8,17 uur in 2008; $df = 909$; $t = 4.699$, $p < .000$) en onder de groep respondenten die zowel in 2006 als in 2008 vrijwilligerswerk deden (14,8 uur in 2006 en 19,2 uur in 2008, $df = 303$; $t = 3.710$, $p < .000$).

4 In 2002 zei bovendien een aantal vrijwilligers een volle werkweek (dat wil zeggen veertig uur per week) of zelfs meer bezig te zijn met onbetaald werk. Deze vrijwilligers zijn beschouwd als 'full time' vrijwilligers (240 uur per maand). In de latere jaren kwamen deze uitzonderlijke antwoorden niet meer voor.

In 2008 was 39,3% van de vrijwilligers actief voor meer dan één type organisatie. Dat is meer dan in de vorige twee metingen (2006: 36,7%; 2004: 37,7%). Het percentage vrijwilligers voor twee of drie typen organisaties is toegenomen naar 35,9. Het percentage vrijwilligers voor vier of meer organisaties is juist licht afgenomen naar 3,5.

Figuur 6.1 Aantal organisaties waarin vrijwilligers actief zijn (2002–2008)



Deze figuur is gebaseerd op tabel A in de bijlagen bij hoofdstuk 6 (zie www.geveninnederland.nl).

6.3 Takenpakket

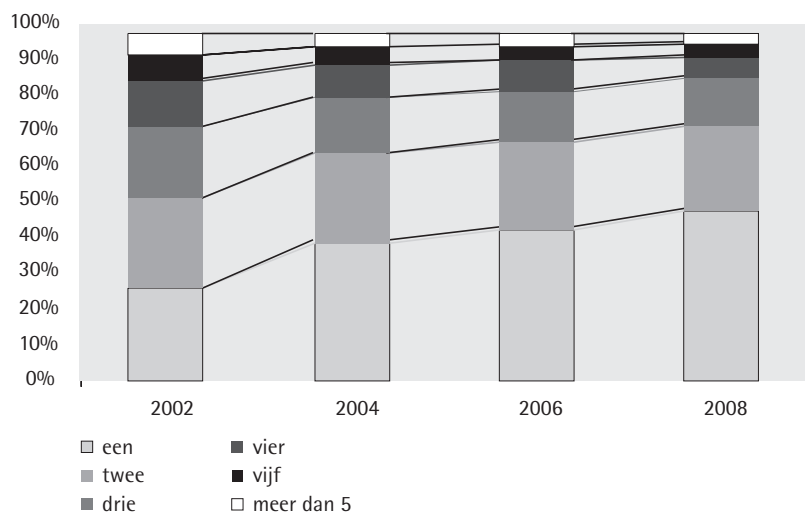
Het aantal taken waarmee vrijwilligers bezig zijn, is nog verder afgenomen na eerdere dalingen in 2004 en 2006, zo blijkt uit figuur 6.2. Een steeds groter gedeelte van de vrijwilligers is bezig met slechts één taak. In 2008 was dat 48,9%, terwijl dat in 2002 nog maar 26,5% was. Een groter gedeelte van de vrijwilligers is bezig met drie of meer taken. Dat percentage nam toe tot 38,6%, na een daling van 47,7% in 2002 tot 30,9% in 2006. Vrijwilligers zijn dus steeds minder all-rounders. Zij zijn in toenemende mate specialisten, die zich richten op één taak binnen de organisaties waarin ze actief zijn. Toenemende specialisatie past bij het beeld dat vrijwilligers steeds selectiever zijn in wat ze wel en wat ze niet doen voor hun club.

Het soort taken waarmee vrijwilligers zich bezighouden, is ongeveer gelijk gebleven in de afgelopen twee jaar. We onderscheiden organisatie-interne taken en externe dienstverlening. Bij organisatie-interne taken gaat het om werk dat nodig is om de organisatie in stand te houden. Bij externe dienstverlening gaat het om diensten die vrijwilligers namens een organisatie aan anderen verlenen. Bij de organisatie-interne taken komt bestuurswerk het vaakst voor. Bijna een derde van de vrijwilligers houdt zich hiermee bezig, een lichte stijging ten opzichte van 2006. In 2008 is het percentage van de Nederlanders dat fondsen werft opnieuw afgenomen. Dit percentage daalt al sinds 2004. Uit het veld komen nog

geen signalen dat het houden van collectes onmogelijk wordt, maar gezien de daling van het percentage vrijwilligers dat collecteert is het waarschijnlijk dat dit steeds moeilijker wordt.

Klussen is net als in de vorige edities van het *Geven in Nederland*-onderzoek de vaakst voorkomende dienstverlenende taak die vrijwilligers verrichten. Deze taak werd in 2008 even vaak verricht als in 2006. Vrijwilligers bieden steeds minder vaak vervoer. In 2002 deed nog meer dan een kwart van de vrijwilligers dit (25,7%); in 2008 is dit gedaald tot 14,4%. Ook bezoek afleggen en gezelschap houden en persoonlijke raadgeving zijn taken die minder vaak door vrijwilligers gedaan worden. We zien wel een lichte stijging bij therapeutisch en verzorgingswerk.

Figuur 6.2 Het aantal taken waarmee vrijwilligers bezig zijn neemt verder af



Deze figuur is gebaseerd op tabel B in de bijlagen bij hoofdstuk 6 (zie www.geveninnederland.nl).

Tabel 6.2 Percentage vrijwilligers naar activiteit (2002–2008)

	2002	2004	2006	2008
<i>Organisatie-intern:</i>				
Bestuurlijke taken	37,1	34,9	31,4	32,9
Fondsen werven, collecteren	18,6	21,5	17,2	15,1
Kantoorwerk, administratie	24,4	21,4	22,8	22,2
Belangen behartigen	10,4	9,1	6,4	6,8
<i>Externe dienstverlening:</i>				
Klussen	28,9	24,5	21,1	21,3
Vervoer bieden	25,7	17,7	15,9	14,4
Informatie of advies geven	25,3	16,2	15,2	15,5
Training of scholing	15,0	15,1	14,2	13,9
Bezoek/gezelschap	22,1	13,7	14,9	13,0
Persoonlijke raadgeving	16,0	9,7	9,3	7,9
Therapeutisch/verzorging	5,3	2,9	3,7	5,0
Andere activiteiten	28,3	24,8	27,3	33,9

* Getallen zijn percentages van de vrijwilligers

** Op de website www.geveninnederland.nl treft u in de bijlagen bij hoofdstuk 6 ook: percentages van de bevolking en percentages van alle andere taken verricht door vrijwilligers

6.4 Meningen over vrijwilligerswerk

Opvattingen van Nederlanders over vrijwilligerswerk zijn niet sterk veranderd in de afgelopen twee jaar (zie tabel 6.3). We zien wel dat het percentage is toegenomen dat vindt dat iedereen ten minste één keer in zijn leven vrijwilligerswerk zou moeten doen. Dit percentage is de afgelopen twee jaar licht gestegen, van 45 naar 48.

Tegelijkertijd ervaren Nederlanders steeds minder vaak dat de eigen sociale omgeving het doen van vrijwilligerswerk vanzelfsprekend vindt. Dit percentage daalde van 28,8 in 2002 naar 21,2 in 2008. De steun voor verplicht vrijwilligerswerk door uitkeringsgerechtigden en scholieren is onveranderd hoog. Het is interessant dat de steun voor een verplichte maatschappelijke stage nauwelijks verder is gestegen. Het kabinet heeft intussen de maatschappelijke stage daadwerkelijk verplicht gesteld voor middelbareschoolleerlingen. Sinds 2006 zijn dan ook veel middelbare scholen begonnen met de invoering van de stages.

Vrijwilligers antwoorden positiever op de stelling dat vrijwilligerswerk vanzelfsprekend is in de eigen sociale omgeving (37,5%) dan niet-vrijwilligers (8,2%) en zijn het veel vaker eens met de stelling dat iedereen ten minste één keer in zijn leven vrijwilligerswerk moet doen (67,9%) dan niet-vrijwilligers (31,3%). Vrijwilligers zijn ook vaker voor de invoering van de maatschappelijke stage dan niet-vrijwilligers (63,2% tegen 54,0%). Vrijwilligers zijn het juist minder vaak eens met de stelling dat de overheid mensen die zich vrijwillig inzetten voor de maatschappij zou moeten belonen met een financiële vergoeding (35,4%) dan niet-vrijwilligers (42,0%). Op de stelling over verplicht vrijwilligerswerk voor uitkeringsgerechtigden reageren vrijwilligers en niet-vrijwilligers ongeveer even vaak positief (60,1% tegen 56,7%).

Tabel 6.3 Meningen van Nederlanders, in percentage, over vrijwilligerswerk

	In percentage			
	2002	2004	2006	2008
1 In mijn sociale omgeving is het vanzelfsprekend dat je vrijwilligerswerk doet	28,8	25,5	22,1	21,2
2 Iedereen moet ten minste één keer in zijn leven vrijwilligerswerk doen	47,2	46,9	44,9	48,0
3 De overheid zou mensen die zich vrijwillig inzetten voor de maatschappij moeten belonen met een financiële vergoeding	39,4	39,6	45,0	39,0
4 Uitkeringsgerechtigden moeten worden verplicht tot het verrichten van vrijwilligerswerk, mits zij daartoe in staat zijn	53,3	57,5	60,0	58,0
5 Op middelbare scholen moet de maatschappelijke stage als verplicht vak worden ingevoerd	–	48,4	58,0	58,5

6.5 Motieven van vrijwilligers

In deze editie van het *Geven in Nederland*-onderzoek hebben we nader aandacht besteed aan de motieven die Nederlanders noemen om vrijwilligerswerk te doen. Mensen hebben zeer uiteenlopende motieven voor het doen van vrijwilligerswerk. Onderzoekers zien vrijwilligerswerk als het gevolg van de niet-materiële opbrengsten van de vrijwilligerswerkervaring. Deze niet-materiële opbrengsten worden in kaart gebracht met de *Volunteer Functions Inventory* (VFI) (Clary et al., 1998) en het model van trots en respect (Tyler, 1999; Tyler & Blader, 2000, 2001, 2002) zoals door Boezeman en Ellemers aangepast voor de situatie van vrijwilligers en vrijwilligersorganisaties (Boezeman & Ellemers, 2007, 2008a, 2008b; zie ook Ellemers & Boezeman, ter perse). Het motief van betrokkenheid bij de missie van de organisatie wordt in de VFI niet direct gemeten, maar wel indirect via de waarden uitdrukken functie.

Het model van de VFI gaat ervan uit dat vrijwilligerswerk verschillende opbrengsten in zich heeft en dat deze opbrengsten mensen kunnen motiveren in het doen van vrijwilligerswerk voor zover zij waarde hechten aan die opbrengsten en ze ook terugzien in hun activiteiten als vrijwilliger. Er worden meerdere aspecten onderscheiden die het doen van vrijwilligerswerk interessant kunnen laten zijn voor mensen.

Vrijwilligerswerk heeft bijvoorbeeld een *waarden uitdrukken functie*. Vrijwilligerswerk geeft mensen de gelegenheid om uiting te geven aan waarden die voor hen als individu van belang zijn. Het gaat in de regel om waarden als hulpvaardigheid, medemenselijkheid, solidariteit en verantwoordelijkheid (Clary et al., 1998; Uslaner, 2002; Reed & Selbee, 2002; Bekkers, 2007). Daarnaast heeft vrijwilligerswerk een *inzichts- en leerfunctie*. Dat wil zeggen dat vrijwilligerswerk mensen als individu de gelegenheid geeft om nieuwe vaardigheden op te doen en om te leren van de vrijwilligerswerkervaring (Clary et al., 1998; Brady, Verba & Schlozman, 1995). Ook is vrijwilligerswerk functioneel voor de *carrière*, wat betekent dat vrijwilligerswerk mensen de gelegenheid geeft om werkervaring op

te bouwen die voor hen als individu relevant is op de arbeidsmarkt (Clary et al., 1998; Wilson & Musick, 2003; Ruiter & De Graaf, 2009). Verder heeft vrijwilligerswerk een *beschermende functie* in de zin dat het mensen de gelegenheid geeft om het zelfbeeld te beschermen tegen negatieve invloeden, zoals tegen schuldgevoelens. Daartegenover heeft vrijwilligerswerk ook een *zelfbeeld verhogende functie* in de zin dat vrijwilligerswerk mensen de gelegenheid geeft om zich beter te voelen over zichzelf (Clary et al., 1998). Een belangrijke functie van vrijwilligerswerk is tot slot de *sociale functie*. Vrijwilligerswerk is een sociaal gebeuren, dat mogelijkheden biedt tot het opbouwen van een sociaal netwerk. We hebben deze functie niet direct gemeten aan de hand van stellingen over motieven voor vrijwilligerswerk. Elders in de GIN vragenlijst hebben we vragen gesteld over het sociale netwerk van de respondenten. We zullen later in een aparte publicatie verslag doen van de bevindingen. In plaats daarvan bieden we nu al enig inzicht in sociale motieven om vrijwilligerswerk te doen door verslag te doen van de antwoorden op stellingen over de mate waarin vrijwilligerswerk iets is dat door mensen in de omgeving gedaan en gewaardeerd wordt.¹ We weten uit eerder onderzoek dat dit motief erg belangrijk is voor vrijwilligerswerk (Bekkers & Schuyt, 2008).

Onderzoek onder ziekenhuisvrijwilligers in de VS op basis van de VFI heeft aangetoond dat wanneer vrijwilligers het gevoel hebben dat zij in hun vrijwilligerswerk datgene terugvinden waar zij waarde aan hechten, ze meer tevreden zijn met hun vrijwilligerswerk (Clary et al., 1998). Ook zijn vrijwilligers dan vaker van plan om vrijwilligerswerk in de toekomst te doen (Clary et al., 1998). Aldus zijn de aspecten uit de VFI belangrijk voor de arbeidsmotivatie van vrijwilligers, voor zover zij die aspecten graag zien in hun activiteiten als vrijwilliger.

Trots op de deelname aan de vrijwilligersorganisatie en ervaren waardering als vrijwilliger

Trots staat voor het idee dat men deel uitmaakt van een organisatie die zich positief onderscheidt (Tyler, 1999; Tyler & Blader, 2002). Respect (waardering) staat voor het gevoel dat men als persoon wordt gewaardeerd binnen de organisatie waar men deel van uitmaakt. Het model van trots en respect (ontwikkeld in Tyler, 1999; Tyler & Blader, 2000, 2001, 2002, 2003) is gebaseerd op de sociale identiteitstheorie (Tajfel & Turner, 1979). Deze theorie stelt dat mensen zich sterker betrokken voelen bij en ook daadwerkelijk meer inzet tonen voor een organisatie wanneer zij trots en waardering ervaren, omdat trots en waardering het zelfbeeld van mensen positief beïnvloeden. Het model van trots en respect is recent toegepast op vrijwilligerswerk (Boezeman & Ellemers 2007, 2008a, 2008b; zie ook Ellemers & Boezeman, ter perse). Onderzoek op basis van dit model heeft vastgesteld dat vrijwilligers meer betrokken zijn bij hun vrijwilligersorganisatie (en als gevolg daarvan meer het voornemen hebben om vrijwilliger bij hun vrijwilligersorganisatie te blijven) wanneer zij als vrijwilliger meer trots en waardering ervaren.

Welke motieven noemen vrijwilligers in Nederland eigenlijk voor hun inzet? In dit *Geven in Nederland*-onderzoek zijn voor het eerst de motieven van vrijwilligers onder een toevallige steekproef van Nederlanders vastgesteld met de VFI en het model van trots en respect. In eerder onderzoek zijn de stellingen steeds voorgelegd aan specifieke groepen vrijwilligers. Tabel 6.4 laat zien welk percentage van de Nederlandse vrijwilligers het eens

¹ Deze stellingen zijn niet alleen aan de vrijwilligers voorgelegd, maar aan alle GIN-respondenten. De cijfers in dit hoofdstuk hebben echter alleen betrekking op de vrijwilligers.

is met stellingen over de diverse motieven. Tabel 6.5 toont sectoren van vrijwillige inzet en aanwezige aspecten van vrijwilligerswerk die een rol spelen in de motivatie van vrijwilligers.

Tabel 6.4 Percentage vrijwilligers dat het eens is met stellingen over motieven¹ voor vrijwilligerswerk

	%
<i>Waarden</i>	
'Via mijn vrijwilligerswerk kan ik uitdragen dat ik begaan ben met mensen die het minder goed hebben dan ik'	31,9
'... dat ik het belangrijk vind om andere mensen te helpen'	55,7
'... dat ik meeleef met mensen die hulp nodig hebben'	43,7
<i>Leren</i>	
'Door mijn vrijwilligerswerk leer ik (meer) over de zaak waar ik me voor inzet'	52,8
'Mijn vrijwilligerswerk verschaft mij nieuwe inzichten'	58,7
'Via mijn vrijwilligerswerk leer ik nieuwe dingen op een praktische wijze'	53,7
<i>Zelfbevestiging</i>	
'Mijn vrijwilligerswerk geeft mij het gevoel dat ik er toe doe, dat ik ergens belangrijk voor ben'	55,8
'Mijn vrijwilligerswerk is goed voor het beeld dat ik van mezelf heb, voor mijn eigenwaarde'	47,1
'Mijn vrijwilligerswerk zorgt ervoor dat ik mij goed voel over mezelf'	48,1
<i>Zelfbescherming</i>	
'Als ik niet lekker in mijn vel zit, helpt mijn vrijwilligerswerk me dat te vergeten'	32,8
'Mijn vrijwilligerswerk geeft mij inzichten die ervoor zorgen dat ik beter kan omgaan met eigen persoonlijke problemen'	24,1
'Mijn vrijwilligerswerk is een prettige afleiding van mijn eigen problemen'	29,9
<i>Carrière</i>	
'Mijn vrijwilligerswerk kan me ook helpen om binnen te komen op een plek waar ik betaald zou willen werken'	12,2
'Mijn vrijwilligerswerk helpt mij ook vooruit in mijn betaalde baan/carrière'	12,1
'Mijn vrijwilligerswerk staat goed op mijn CV'	29,5
<i>Sociaal</i>	
'In mijn sociale omgeving is het vanzelfsprekend om vrijwilligerswerk te doen'	46,4
'Iedereen moet minimaal één keer in zijn leven vrijwilligerswerk doen'	75,5
'Mijn partner doet vrijwilligerswerk'	68,4

Hebben vrijwilligers het idee dat vrijwilligerswerk de gelegenheid biedt om uiting te geven aan waarden? De resultaten geven hier wel een indicatie voor. Zo heeft een kleine meerderheid (55,7%) van de vrijwilligers aangegeven dat via vrijwilligerswerk uitgedragen kan worden dat het belangrijk is om andere mensen te helpen, heeft 43,7% aangegeven dat via vrijwilligerswerk uitgedragen kan worden dat men meeleeft met mensen die hulp nodig hebben en heeft bijna een derde (31,9%) aangegeven dat via vrijwilligerswerk uitgedragen kan worden dat men begaan is met mensen die het minder goed hebben.

¹ Zie voor betrouwbaarheidsanalyses de bijlagen bij hoofdstuk 6 via www.geveninnederland.nl.



Een kleine meerderheid van de vrijwilligers is van mening is dat vrijwilligerswerk de mogelijkheid biedt tot het opdoen van nieuwe vaardigheden en dat het mogelijk is om van de vrijwilligerswerkervaring te leren. Zo zegt 52,8% van de vrijwilligers dat er te leren valt over de zaak van de vrijwilligersorganisatie, is 58,7% van mening dat vrijwilligerswerk nieuwe inzichten verschaft en vindt 53,7% dat er op praktische wijze nieuwe dingen te leren zijn door het doen van vrijwilligerswerk.

Voor ongeveer de helft van de vrijwilligers geeft vrijwilligerswerk een goed gevoel. 55,8% van de vrijwilligers vindt dat vrijwilligerswerk het gevoel geeft dat men ergens belangrijk voor is; 47,1% vindt dat vrijwilligerswerk doen bijdraagt aan een gevoel van eigenwaarde en 48,1% vindt dat vrijwilligerswerk een goed gevoel geeft.

Een kwart tot een derde van de vrijwilligers vindt dat vrijwilligerswerk helpt bij het tegengaan van negatieve gevoelens. Zo is 32,8% van de vrijwilligers van mening dat hun vrijwilligerswerk helpt bij het vergeten van gevoelens van onbehagen, vindt 24,1% dat zij door het doen van vrijwilligerswerk beter kan omgaan met eigen persoonlijke problemen en heeft 29,9% aangegeven dat vrijwilligerswerk een prettige afleiding geeft van eigen problemen.

Draagt vrijwilligerswerk doen bij aan een carrière op de 'reguliere', betaalde arbeidsmarkt? Hoewel bij benadering een derde (29,5%) van de vrijwilligers vindt dat vrijwilligerswerk goed op het curriculum vitae staat, is maar een relatief klein gedeelte van de vrijwilligers het eens met de stelling dat vrijwilligerswerk doen helpt bij het binnenkomen op een plek waar men betaald zou willen werken (12,2%) of dat het helpt om vooruit te komen in de carrière op het gebied van betaald werk (12,1%).

Stimuleert vrijwilligerswerk sociale contacten? Dit kunnen we niet direct afleiden uit de stellingen over motieven om vrijwilligerswerk te doen. We zien wel dat vrijwilligerswerk een sociale aanleiding heeft. Respondenten die vrijwilligerswerk doen hebben vaak een partner die ook vrijwilligerswerk doet (68,4%) en merken in hun sociale omgeving dat die vrijwilligerswerk waardeert (46,4%).

Samengevat laten de resultaten zien dat vrijwilligers in hun vrijwilligerswerk inderdaad zes verschillende aspecten zien die het gaan en blijven doen van vrijwilligerswerk aantrekkelijk maken. Vrijwilligersorganisaties kunnen vrijwilligers werven, motiveren en behouden door te benadrukken dat het doen van vrijwilligerswerk de mogelijkheid geeft tot het uiting geven aan waarden, dat men als vrijwilliger kan leren van de vrijwilligerswerkervaring, dat vrijwilligerswerk doen een goed gevoel geeft en dat het negatieve gevoelens tegengaat, dat vrijwilligerswerk doen goed op het curriculum vitae staat en dat het ook sociale contacten stimuleert.

Verskillende vrijwilligers, verschillende motieven

Het blijkt dat vrijwilligers in verschillende sectoren verschillende motieven hebben om vrijwilligerswerk te doen. Tabel 6.5 laat per sector zien of de zes motieven meer of juist minder kenmerkend zijn voor vrijwilligers in die sector.

Vrijwilligers in de gezondheidszorg, de reclassering en slachtofferhulp, de kunst- en cultuursector, het opbouwwerk en club- en buurthuiswerk, de politiek en in de kerk en levensbeschouwelijke organisaties merken bovengemiddeld een sociale druk om vrijwilligerswerk te doen.



Uiting kunnen geven aan waarden is sterker van belang voor vrijwilligers in de gezondheidszorg, de reclassering en slachtofferhulp, in de kerk en in andere levensbeschouwelijke organisaties.

Volgens de vrijwilligers bieden vooral de gezondheidszorg, het opbouwwerk en club- en buurthuiswerk, vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp en vrijwilligerswerk op het gebied van mensenrechten bovengemiddeld mogelijkheden om nieuwe vaardigheden op te doen en om te leren van de vrijwilligerswerkervaring.

Voor vrijwilligers in het opbouwwerk en club- en buurthuiswerk en in de politiek is vrijwilligerswerk vaker verbonden met een goed gevoel. Daartegenover is het volgens de vrijwilligers zo dat vrijwilligerswerk in de reclassering en slachtofferhulp, de kunst- en cultuursector, het opbouwwerk en club- en buurthuiswerk, milieugerelateerde organisaties (onder andere natuurbehoudende organisaties, dierenbescherming), de vakbond en beroepsorganisaties en organisaties die recreatie- en hobbyactiviteiten organiseren, bovengemiddeld prettige afleiding biedt van eigen zorgen.

Tabel 6.5 Motieven van vrijwilligers in verschillende sectoren

	<i>Sociaal</i>	<i>Waarden</i>	<i>Leren</i>	<i>Zelf- bevesti- ging</i>	<i>Zelf- bescher- ming</i>	<i>Carrière</i>
Sport	-	-	-			
Gezondheidszorg	+	+	+			
Reclassering/slachtofferhulp	+	+			+	
Scholen/volwasseneneducatie						+
Kunst/Cultuur	+				+	
Opbouwwerk, club- en buurthuiswerk	+		+	+	+	+
Buurt, -belangenbehartiging, huurders- vereniging						
Milieu, natuurbehoud en dieren- bescherming					+	
Politiek	+			+		
Vakbond, beroepsorganisatie					+	
Vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp, mensenrechten			+			-
Kerk/levensbeschouwing	+	+				-
Recreatie, hobby					+	
Overig		+				

- vrijwilligers in deze sector scoren lager dan gemiddeld
- + vrijwilligers in deze sector scoren hoger dan gemiddeld

Carrièreperspectieven worden volgens de vrijwilligers bovengemiddeld geboden door vrijwilligerswerk op scholen en in de volwasseneneducatie en eveneens door vrijwilligerswerk in het opbouwwerk en club- en buurthuiswerk. Daartegenover bieden vrijwilligerswerk in de kerk en levensbeschouwelijke organisaties en vrijwilligerswerk op het gebied van vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp en mensenrechten volgens de vrijwilligers in die sectoren juist weinig bij aan carrièreperspectieven.

Trots en respect

Vrijwilligers zijn in de regel trots op hun betrokkenheid bij de organisatie waar ze vrijwilligerswerk doen en ervaren respect van anderen voor hun inzet (tabel 6.6). De meerderheid van de vrijwilligers is er trots op deel uit te maken van de organisatie en voelt positieve opmerkingen over de organisatie als een persoonlijk compliment. Er zijn vrijwel geen vrijwilligers die zich schamen te zeggen waar zij vrijwilligerswerk doen. Deze resultaten geven aan dat vrijwilligers zich betrokken voelen bij de organisatie waar zij vrijwilligerswerk voor doen. Vrijwilligers voelen zich ook gehoord door de organisatie: ze ervaren dat de organisatie de inzet waardeert en geeft om de mening van de vrijwilligers. In toekomstig onderzoek zullen we nagaan in welke mate ervaren trots en respect samengaan met een verminderde kans op stoppen met vrijwilligerswerk.

Tabel 6.6 Trots en respect ervaren door vrijwilligers

	% eens
<i>Trots</i>	
Ik ben er trots op dat ik deel uitmaak van de organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe	75,3
Ik vind het bewonderenswaardig om deel uit te maken van een organisatie met een goed doel	55,3
Als iemand zegt dat de organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe een goede club is, voel ik dat als een compliment voor mezelf.	57,6
Als iemand vraagt waar ik vrijwilligerswerk doe, schaam ik me om dat te zeggen	1,1
<i>Respect</i>	
Als vrijwilliger voel ik me gewaardeerd door de organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe	76,3
De organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe luistert naar wat ik te zeggen heb over het vrijwilligerswerk	60,1
De organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe geeft om mijn mening als vrijwilliger	70,7

6.6 Profiel van vrijwilligers

Welke mensen doen vaker vrijwilligerswerk? Op dezelfde manier als in de analyse van giften aan maatschappelijke en goede doelen in paragraaf 1.5 brengen we hier de samenhang van het verrichten van vrijwilligerswerk met achtergrondkenmerken en maatschappelijke waarden in kaart (de volledige resultaten vindt u in de bijlagen bij hoofdstuk 6 op www.geveninnederland.nl). Een samenvatting wordt weergegeven in tabel 6.7.

Tabel 6.7 Profiel van vrijwilligers

	Vrijwilligers	Tijdsbesteding aan vrijwilligerswerk
Middelbaar opgeleid	+	0
Hoger opgeleid	+	0
Geen betaald werk	0	+
Geboren tussen 1941 en 1950	+	0
Katholiek	(+)	0
Hervormd	(+)	0
Gereformeerd	(+)	0
Overig religieus	(+)	0
Vaker dan wekelijkse kerkgang	+	+
Alleenstaand	-	+
Thuiswonende kinderen	+	0
Huiseigenaar	0	-
Vaak gevraagd om giften aan goede doelen	+	0
Sterk altruïstisch zelfbeeld	+	0
Sociale norm	+	0

(+) positief verband dat verdwijnt als rekening wordt gehouden met andere factoren in het model.

De grootste verschillen zien we tussen meer en minder kerkelijk actieve Nederlanders. Kerkelijk betrokken Nederlanders zijn relatief vaak actief als vrijwilliger in de kerk. Ook een hoger opleidingsniveau is sterk kenmerkend voor vrijwilligers. Daarnaast zien we dat mensen met thuiswonende kinderen en babyboomers vaker vrijwilligerswerk doen. Gevraagd worden, een altruïstisch zelfbeeld en een positieve sociale norm in de omgeving vergroten de kans om vrijwilligerswerk te doen.

Het aantal uren dat vrijwilligers besteden aan vrijwilligerswerk is hoger onder frequente kerkgangers, mensen zonder betaald werk en alleenstaanden.

Literatuur

- Bekkers, R. (2007). *Values and Volunteering: A Longitudinal Study of Reciprocal Influences in the Giving in the Netherlands Panel Study*. Paper presented at the 36th Arnova conference, Atlanta.
- Bekkers, R. & T.N.M. Schuyt (2008). And Who Is Your Neighbor? Explaining the Effect of Religion on Charitable Giving and Volunteering. *Review of Religious Research*, 50(1), 74-96.
- Boezeman, E.J. & N. Ellemers (2007). Volunteering for charity: Pride, respect, and the commitment of volunteers. *Journal of Applied Psychology*, 92, 771-785.

- Boezeman, E.J. & N. Ellemers (2008a). Pride and respect in volunteers' organizational commitment. *European Journal of Social Psychology*, 38, 159-172.
- Boezeman, E.J. & N. Ellemers (2008b). Volunteer recruitment: The role of organizational support and anticipated respect in non-volunteers' attraction to charitable volunteer organizations. *Journal of Applied Psychology*, 93, 1013-1026.
- Brady, H.E., S. Verba & K.L. Schlozman (1995). Beyond SES: A Resource Model of Political Participation. *American Political Science Review*, 89(2), 271-294.
- Clary, E.G., M. Snyder, R.D. Ridge, J. Copeland, A.A. Stukas, J.H. Haugen & P. Miene (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1516-1530.
- Devilee, J. (2005). *Vrijwilligersorganisaties onderzocht. Over het tekort aan vrijwilligers en de wijze van wervingen ondersteuning*. Den Haag: SCP.
- Ellemers, N. & E.J. Boezeman (ter perse). Empowering the volunteer organization: What volunteer organizations can do to recruit, content, and retain volunteers. In Stürmer, S. & Snyder, M. (Eds.). *Psychology of Helping: New Directions in Intergroup Prosocial Behavior*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Massaar-Remmerswaal, J. & J. Kregting (2008). Kerncijfers 2007 uit de kerkelijke statistiek van het Rooms-Katholiek Kerkgenootschap in Nederland. Nijmegen: Kaski.
- Reed, P. & L. Selbee (2003). Do People Who Volunteer Have a Distinctive Ethos? A Canadian Study, in Dekker, P. and Halman, L. (eds), *The Values of Volunteering: Cross-Cultural Perspectives* (New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers), pp.91-109.
- Ruiter, S. & N.D. de Graaf (2009). Socioeconomic Payoffs of Voluntary Association Involvement: A Dutch Life Course Study. *European Sociological Review*.
- Tajfel, H. & J.C. Turner (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W.G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*. (pp. 33-47). Monterey: Brooks/Cole.
- Tyler, T.R. (1999). Why people cooperate with organizations: An identity-based perspective. In R.I. Sutton & B.M. Staw (Eds.), *Research in Organizational Behavior: An annual series of analytical essays and critical reviews* (pp. 210-246). Stamford: JAI Press.
- Tyler, T.R. & S.L. Blader (2000). Cooperation in groups: Procedural justice, social identity, and behavioral engagement. Philadelphia: *Psychology Press*.
- Tyler, T.R. & S.L. Blader (2001). *Identity and cooperative behavior in groups. Group Processes & Intergroup Relations*, 4, 207 - 226.
- Tyler, T.R. & S.L. Blader (2002). Autonomous vs. comparative status: Must we be better than others to feel good about ourselves? *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89, 813 - 838.
- Uslaner, E.M. (2002). *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Van Herten, M. (2008). *Plausibiliteit POLS-module Vrijwillige Inzet 2007*. Voorburg/Heerlen: CBS.
- Wilson, J. & M. Musick (2003). Doing well by doing good: Volunteering and Occupational Achievement among American Women. *Sociological Quarterly*, 44(3), 433-450.



DEEL B

Doelen waaraan gegeven wordt



Inleiding

In dit tweede deel komen de verschillende doelen waaraan mensen geld geven aan bod. Per doel wordt beschreven hoeveel het doel ontvangt en welke trend zich aftekent; zit een doel in de lift of juist niet? Vervolgens wordt beschreven hoeveel per bron wordt gegeven: wat dragen huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven en goededoelenloterijen bij aan het doel? Waar mogelijk wordt dieper ingegaan op het profiel van de gevers, bijvoorbeeld in het geval van huishoudens. Elk hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf 'beleidsrelevantie'. Filantropische doelen dienen doelen van het algemeen nut en de filantropische sector ontmoet daarbij een omvangrijke overheid of commerciële marktpartijen. Filantropie vormt in de regel een bescheiden, extra financiering.

Soms zoekt de filantropische sector de overheid op om bepaalde regelingen te treffen, zoals de sport, het NOC*NSF, heeft gedaan ter verkrijging van fiscale voordelen. Maar soms ook neemt de overheid het initiatief en nodigt de sector uit meer bij te dragen, zoals op het terrein van onderzoek en wetenschap, ter versterking van de Nederlandse kennis-economie. Wanneer er actuele ontwikkelingen te melden zijn, worden deze in de slotparagrafen gemeld.

Rangorde van begunstigde doelen

Welke doelen worden in Nederland begunstigd? Welke doelen zitten 'in de lift' en welke doelen komen er, in vergelijking met andere, bekaaid van af? De cijfers van de afgelopen twaalf jaar tonen een volgend beeld.

Tabel 1 De begunstigde doelen, in miljoenen euro, in tijdsperspectief

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Kerk en levensbeschouwing	587 (1)	510 (1)	490 (4)	750 (1)	938 (1)	773 (1)	968 (1)
Gezondheid	411 (2)	290 (4)	640 (1)	406 (4)	589 (4)	477 (5)	463 (5)
Internationale hulp	361 (3)	299 (3)	540 (3)	531 (3)	469 (6)	742 (2)	520 (4)
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	204 (6)	183 (6)	308 (6)	251 (7)	309 (7)	356 (6)	360 (6)
Onderwijs en onderzoek	58 (8)	83 (8)	232 (7)	125 (8)	301 (8)	277 (8)	231 (8)
Cultuur	83 (7)	87 (7)	165 (8)	335 (6)	610 (3)	326 (7)	352 (7)
Sport en recreatie	246 (5)	410 (2)	578 (2)	686 (2)	930 (2)	686 (3)	569 (3)
Maatschappelijke en sociale doelen	283 (4)	257 (5)	422 (5)	373 (5)	555 (5)	522 (4)	617 (2)
Overig (niet gespecificeerd)	46 (-)	44 (-)	47 (-)	158 (-)	223 (-)	220 (-)	194 (-)
Totaal	2.279	2.163	3.422	3.615	4.924	4.376	4.274

NB De totaalcijfers kunnen – in verband met afrondingen – iets afwijken met de totaalcijfers in andere tabellen.

De rangorde van begunstigde doelen gemiddeld over de periode 1995 – 2007 is:

- 1 Kerk en levensbeschouwing
- 2 Sport en recreatie
- 3 en 4 Gezondheid en Internationale hulp
- 5 Maatschappelijke en sociale doelen
- 6 en 7 Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming/ Cultuur
- 8 Onderwijs en onderzoek

Over een langere periode van twaalf jaar gezien, krijgt 'Kerk en levensbeschouwing' het meest en 'Onderwijs en onderzoek' het minst.

HOOFDSTUK 7

Kerk en levensbeschouwing (religie)

7.1 Cijfers

Tabel 7.1 Bijdragen aan 'kerk en levensbeschouwing', in miljoenen euro, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	574	482	429	694	864	704	898
Nalatenschappen	2	3	5	5	4	5	5
Fondsen	1	1	3	2	3	4	12
Bedrijven	10	25	53	49	67	60	53
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	587	511	490	750	938	773	968

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in de edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 7.2 Bijdragen aan 'kerk en levensbeschouwing', in percentage, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	98	94	88	93	92	91	93
Nalatenschappen	–	1	1	–	1	1	1
Fondsen	–	–	–	–	–	–	1
Bedrijven	2	5	11	7	7	8	5
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	–	–	–
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

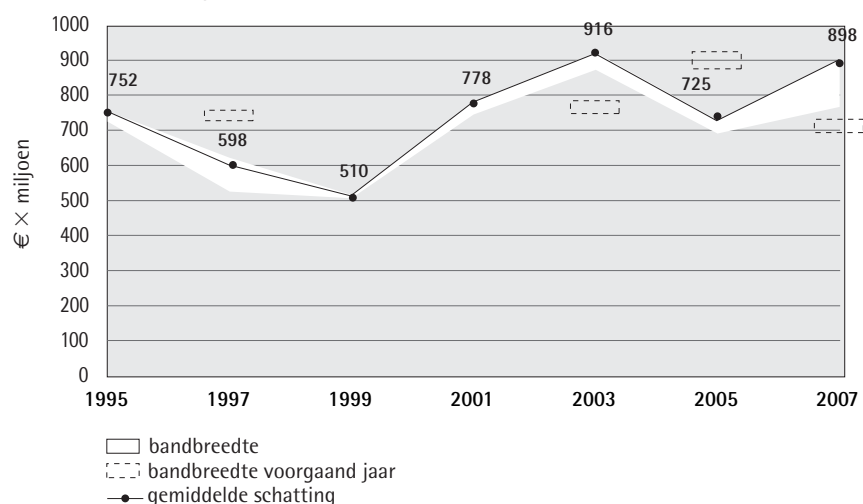
7.1.1 Huishoudens

Kerken en levensbeschouwelijke organisaties kunnen al jaren rekenen op het grootste bedrag aan giften van huishoudens en individuen. Bovendien is uit eerder onderzoek bekend dat kerkelijke Nederlanders – en dan vooral gereformeerde protestanten – zogenaamde 'veelgevers' zijn (Bekkers & Schuyt, 2008). Niet alleen geven gereformeerde protestanten vaak en veel aan de eigen kerk, maar ook aan andere doelen. 35% van de huishoudens geeft aan 'kerk en levensbeschouwing' en gemiddeld geven deze donateurs maar liefst € 350.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan kerk en levensbeschouwing bedraagt in 2007 898 miljoen euro. De laagste schatting betreft 767 miljoen euro en de hoogste schatting 902 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt. Belangrijk om op te merken is dat kerkelijke organisaties voornamelijk intermediaire organisaties zijn: zij zijn zowel de ontvangers als de gevers van geld. Een deel van de door de kerken ontvangen gelden komt uiteindelijk bij andere doelen terecht. Hoeveel dat precies is en bij welke doelen, is niet bekend. Op basis van de onderzoeksresultaten van het *Geven in Nederland*-onderzoek 2001 werd het percentage geschat op 50.

Tabel 7.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan kerk en levensbeschouwing zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 7.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Vanaf 1995 tot 1999 zien we een dalende trend, vanaf 1999 tot 2003 een stijgende trend welke in 2005 inzakt en in 2007 weer op het niveau van 2003 uitkomt.

Figuur 7.1 Bedrag van geld en goederen aan Kerk en levensbeschouwing van de Nederlandse bevolking in de periode 1995–2007 (met inflatiecorrectie)



- 1 Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
- Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
- Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

In tabel 7.3 wordt een overzicht gegeven van de wijze waarop gelden bij kerken binnenkomen. Belangrijk om te vermelden is dat het totaalbedrag van 661 miljoen euro niet overeenkomt met het totaalbedrag van 898 miljoen euro in tabel 7.1. De gegevens in tabel 7.3 betreffen namelijk alleen giften (goederen zijn buiten beschouwing gelaten), bovendien hebben niet alle respondenten hun giften aan kerk en levensbeschouwing uitgesplitst en zijn de bijdragen van allochtone huishoudens niet op deze manier onderverdeeld.

Tabel 7.3 Manieren van geven aan de kerk

2007	Gemiddeld gegeven bedrag	% huishoudens dat heeft gegeven	Totaalbedrag × miljoen euro	In %
Collecte in kerk	83	23	104	16
Kerkebalans	142	15	114	17
Vaste vrijwillige bijdrage	303	15	244	37
Overige vrijwillige bijdrage*	381	8	176	27
Anders	114	4	23	3
Totaal	388	31	661	100

* Het gemiddelde bedrag van € 381 bij 'overige vrijwillige bijdrage' wordt sterk beïnvloed door een outlier (28.000 euro).

7.1.2 Nalatenschappen

De cijfers in tabel 7.1 hebben betrekking op wat (bovenlokale) fondsenwervende instellingen aan nalatenschappen hebben ontvangen. Wat de kerken zelf aan nalatenschappen hebben ontvangen, is in Nederland niet bekend. Kerkelijke en levensbeschouwelijke organisaties hebben daar geen geaggregeerde gegevens over. De bedragen zullen derhalve in werkelijkheid hoger liggen.

7.1.3 Fondsen

De cijfers hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en vanwege het feit dat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

7.1.4 Bedrijven

Hoewel het totaalbedrag aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven aan kerken en levensbeschouwelijke instellingen in 2007 in absolute zin licht is gedaald (van 60 miljoen euro naar 53 miljoen euro), valt op dat de kerk in relatieve zin al jaren op zo'n 3 à 4% van het totaalgegeven bedrag aan sponsoring en giften kan rekenen. In feite dus geen grote schommelingen over de jaren heen.

7.1.5 Goededoelenloterijen

Kerken en levensbeschouwelijke organisaties ontvangen (nagenoeg) geen inkomsten vanuit de goededoelenloterijen.

7.2 Wie geeft er aan de kerk of een levensbeschouwelijke instelling?

7.2.1 Welke huishoudens geven aan de kerk of een levensbeschouwelijke instelling?

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan de kerk geven? Hoger opgeleiden en mensen met een betaalde baan geven vaker aan de kerk dan lager opgeleiden en mensen zonder een betaalde baan. Verder valt op dat de kerk vaker kan rekenen op giften van huishoudens met (thuiswonende) kinderen en mensen die een grotere sociale norm ervaren om te geven. Ook bepalend voor giften aan de kerk is het aantal keren dat mensen gevraagd worden om te geven. Het is interessant dat het hier ook gaat om giftvragen die buiten de kerk om worden gedaan. Hoe vaker men gevraagd wordt des te groter de kans is dat men geeft.

Tot slot – en dat is wellicht niet zo verwonderlijk – blijkt dat gelovigen vaker aan de kerk geven dan ongelovigen, dat geldt overigens zowel voor katholieken, Nederlands hervormden, gereformeerden als andere kleinere geloofsovertuigingen. Bovendien zien we dat de kans om aan de kerk te geven toeneemt naarmate mensen vaker naar de kerk gaan. Uit het onderzoek onder niet-westerse allochtonen blijkt dat ook onder Turken en Marokkanen doelen op het gebied van levensbeschouwing populair zijn.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan de kerk? Wie zijn de 'grote' gevers? Over het algemeen zijn dat hoger opgeleide mensen en huishoudens met (thuiswonende) kinderen. Het zijn de zeer frequente kerkgangers, vooral van gereformeerde huize of mensen die behoren bij een kleine Christelijke denominatie. Ook geven mensen die vaker gevraagd zijn om een gift, gemiddeld hogere bedragen aan de kerk. Opvallend is verder dat mensen die een sterke sociale norm ervaren om te geven wel vaker geven aan de kerk, maar uiteindelijk geen hogere bedragen geven.

Wie doet vrijwilligerswerk?

8,8% van de Nederlanders deed in 2008 vrijwilligerswerk op het terrein van religie en levensbeschouwing. Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij zich al dan niet vrijwillig inzetten voor de kerk?

Hoger opgeleiden en ouderen zijn vaker actief als vrijwilliger voor de kerk dan lager opgeleiden en jongeren. Verder blijkt dat vrijwilligers vaker te vinden zijn onder huishoudens met kinderen dan huishoudens zonder kinderen en vaker bij alleenstaanden dan gehuwden. Gereformeerden en leden van overige religieuze groepen zijn het vaakst als vrijwilliger actief in hun kerk, gevolgd door hervormden en katholieken. Actieve kerkgangers zijn vanzelfsprekend ook vaker actief als vrijwilliger. Opvallend is tot slot dat het vrijwilligerswerk voor de kerk toeneemt met het inkomen.

Sinds 2006 is het percentage vrijwilligers op het terrein van religie en levensbeschouwing gestegen. Nadere analyse leert dat de toename grotendeels voor rekening komt van protestanten. Onder protestanten is het kerkelijke vrijwilligerswerk gestegen van 27,0 naar 29,9%. Onder katholieken nam het percentage vrijwilligers in de kerk af van 10,4 in 2006 naar 9,5 in 2008. De daling van het aantal kerkelijke vrijwilligers onder katholieken is ook gesignaleerd door het KASKI (Massaar-Remmerswaal & Kregting, 2008). Naar schatting van het KASKI zijn er 249.000 vrijwilligers actief in de RK-Kerk.

7.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan kerk en levensbeschouwing?

In tabel 7.4 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan kerk en levensbeschouwing en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

Allereerst zien we dat de grootte van het bedrijf en het aantal keren dat een bedrijf wordt benaderd niet bepalend zijn voor giften en sponsoring aan de kerk.

Er bestaat wel samenhang tussen bedrijven die medewerkers de gelegenheid geven om vrijwilligerswerk onder werktijd te verrichten en sponsoring van en giften aan de kerk. Verder zien we dat bedrijven met een specifiek giftenbeleid en bedrijven die aan MVO doen vaker giften aan de kerk geven. Voor sponsoring zien we dit echter niet.

Tot slot, kerken lijken zowel voor sponsoring als voor giften vaker te kunnen rekenen op bedrijven met ethische/ideële motieven om te geven en bedrijven van wie motieven om te geven en te sponsoren gericht zijn op het vergroten van de leefbaarheid in de omgeving.

Tabel 7.4 Relatie tussen sponsoring en giften aan kerk en levensbeschouwing en achtergrondkenmerken/motivaties van bedrijven

<i>Kerk en levensbeschouwing</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf		
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)		+
Aantal keren benaderd		
Deelname MVO (ja/nee)		+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel		
Motivatie: intern functioneren		
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideel	+	+

+ = positieve samenhang, significant bij $p < .001$

7.3 Beleidsrelevantie

'Kerk en levensbeschouwing' staat als begunstigd doel bovenaan (bij deze cijfers zijn overigens de inkomsten van religieuze congregaties niet meegerekend, omdat deze gegevens niet bekend zijn). De kerken zijn, zoals eerder gesteld, traditioneel intermediair waar het giften betreft. De kerk ontvangt en sluist een deel door naar maatschappelijke doelen in binnen- en buitenland.

Kerkelijke organisaties zijn geheel van de bijdragen van (de eigen) leden afhankelijk. Door de scheiding van kerk en staat maken levensbeschouwelijke organisaties geen aanspraak op overheidsfinanciering. De overheid faciliteert het geven aan levensbeschouwing met vrijstelling van belasting voor de ontvangende partijen, die collectief een anbi-status hebben gekregen (de kerken en kerkgenootschappen hoeven niet afzonderlijk een anbi-status aan te vragen).

In 2007 gaat 23% van alle bijdragen van Nederlandse filantropie naar 'Kerk en levensbeschouwing'. In de Verenigde Staten maakt in 2007 Kerk en levensbeschouwing 33,4% van alle bijdragen uit (Giving USA 2008:14).

Nederland kent veel kerkgebouwen. Veel historische gebouwen op de monumentenlijst zijn kerkgebouwen. Toch ontvangen deze een gering deel van het jaarlijkse monumentenbudget. Behalve de architectonische waarde zijn kerken dragers van een belangrijk Nederlands cultureel erfgoed.

In Nederland was het jaar 2008 het jaar van het Religieus Erfgoed. Dit bood het momentum om structureel beleid voor het behoud van historische kerkgebouwen, zoals verwoord in het Rapport Hirsch Ballin uit 1988, in gang te zetten. Zo riep de heer Van Vollenhoven in januari 2008 op tot het instellen van een Nationaal Fonds tegen sloop van kerken en kloosters.

Dat het Rapport Hirsch Ballin niet is uitgevoerd, kan worden verklaard uit factoren die anno 2009 nog relevant zijn: onvoldoende politieke agendasetting, gefragmenteerde inzet door kerken/betrokkenen en onvoldoende mobilisatie van maatschappelijk draagvlak.

In 2008 is een projectgroep ingesteld die met het oog op het voornoemde doel een drietal voorstellen heeft geformuleerd:

- 1 het entameren van een politieke lobby om het overheidsbeleid uit 1988 te laten uitvoeren;
- 2 het opzetten van een servicebureau, op non-profit en commerciële basis, ter advisering van kerkbesturen inzake vragen omtrent instandhouding;
- 3 het organiseren van maatschappelijk draagvlak, waaronder het stichten van een Fonds Behoud Historische Kerkelijke Gebouwen.

Literatuur

- Bekkers, R. & Th.N.M. Schuyt. (2008). "And Who Is Your Neighbor? Explaining the Effect of Religion on Charitable Giving and Volunteering." *Review of Religious Research* 50:74-96.
- Massaar-Remmerswaal, J. & J. Kregting (2008). *Kerncijfers 2007 uit de kerkelijke statistiek van het Rooms-Katholiek Kerkgenootschap in Nederland*. Nijmegen: Kaski.
- Giving USA 2008. *The Annual Report on Philanthropy for the Year 2007*. Indianapolis: Indiana University, Center on Philanthropy.

HOOFDSTUK 8

Gezondheid

8.1 Cijfers

Tabel 8.1 Bijdragen aan 'gezondheid', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	260	136	245	236	283	234	264
Nalatenschappen	40	62	99	87	73	74	96
Fondsen	38	45	60	33	40	52	43
Bedrijven	73	47	236	50	169	89	31
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	24	28	29
Totaal	411	290	640	406	589	477	463

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 8.2 Bijdragen aan 'gezondheid', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	63	47	38	58	48	49	57
Nalatenschappen	10	21	15	21	12	16	21
Fondsen	9	16	9	8	7	11	9
Bedrijven	18	16	37	12	29	19	7
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	4	6	6
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

8.1.1 Huishoudens

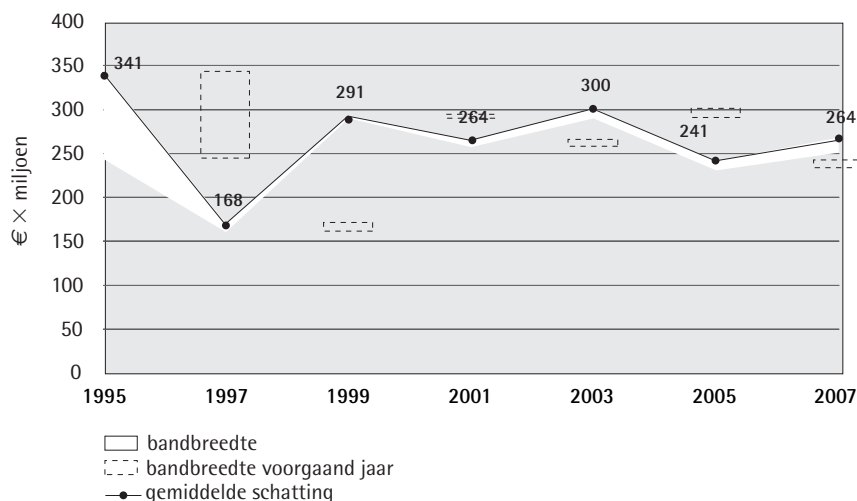
Gezondheidsdoelen zijn favoriet bij huishoudens om aan te geven. Hoewel 'kerk en levensbeschouwing' verreweg het grootste bedrag ontvangt, kan 'gezondheid' rekenen op de meeste gevers. Ruim driekwart van de huishoudens geeft aan organisaties op het terrein van gezondheid. Gemiddeld geven zij echter lagere bedragen, € 47.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gege-

ven bedrag aan gezondheid bedraagt in 2007 264 miljoen euro. De laagste schatting betreft 251 miljoen euro en de hoogste schatting 268 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 8.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan gezondheid zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 8.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Zoals in figuur 8.1 is te zien, schommelen de bedragen enigszins over de tijd heen. We constateren een mogelijke lichte toename in het totaal gegeven bedrag aan gezondheidsdoelen tussen 2005 en 2007.

Figuur 8.1 Bedrag van geld en goederen aan Gezondheid van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



8.1.2 Nalatenschappen

Gezondheidsdoelen kunnen – ten opzichte van andere goede doelen – al jaren rekenen op het grootste bedrag uit nalatenschappen. KWF Kankerbestrijding ontvangt het meest (32 miljoen euro in 2007). Het bedrag dat fondsenwervende instellingen op het terrein van gezondheid aan nalatenschappen hebben ontvangen, nam tot 1999 sterk toe. Daarna zagen we een daling tot 2003. Vanaf 2003 zien we echter weer een stijgende trend, in het bijzonder tussen 2005 en 2007 (van 74 miljoen naar 96 miljoen euro). Het Centraal Bureau Fondsenwerving heeft geen verklaring voor deze sterke toename.

- | | |
|--------------|--|
| 1 Afname | Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar. |
| Toename | Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar. |
| Stabilisatie | Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar. |

8.1.3 *Fondsen*

De cijfers hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Het is niet mogelijk om iets over trends in de tijd te zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en vanwege het feit dat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

8.1.4 *Bedrijven*

Goede doelen op het terrein van gezondheid lijken steeds minder op het bedrijfsleven te kunnen rekenen als het gaat om giften en sponsoring. De bijdrage aan gezondheid is in 2007 veel lager dan in andere jaren. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat gezondheidsdoelen steeds vaker strategische allianties aangaan met één bedrijf (bijvoorbeeld De Nederlandse Hartstichting met Becl; de Nierstichting met Spa) en wellicht minder gericht zijn op fondsenwerving onder een bredere groep bedrijven.

8.1.5 *Goededoelenloterijen*

De inkomsten die gezondheidsdoelen uit de goededoelenloterijen ontvangen zijn in 2007 ten opzichte van 2005 ongeveer gelijk gebleven.

8.2 **Wie geeft aan gezondheid?**

8.2.1 *Welke huishoudens geven aan gezondheid?*

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan gezondheid geven? Gezondheidsdoelen zijn meer favoriet bij vrouwen dan bij mannen. Daarnaast zien we dat mensen woonachtig in de grote steden minder vaak aan gezondheid geven. Dat hangt wellicht samen met het feit dat er in de grote steden minder intensief gecollecteerd wordt. Goede doelen op het gebied van gezondheid maken veel gebruik van de huis-aan-huis collecte. Opvallend is wel dat als mensen uit de grote steden aan gezondheid geven, zij grotere bedragen geven.

Verder zien we dat mensen met een partner en (thuis)wonende kinderen vaker aan gezondheid geven dan mensen zonder partner en mensen zonder kinderen. Frequente kerkgangers geven ook vaker aan gezondheid, evenals mensen die vaak gevraagd worden om een gift.

Ook kunnen doelen op het terrein van gezondheid vaker rekenen op mensen met sterkere altruïstische waarden, mensen die meer vertrouwen hebben in goede doelen en mensen die een grotere sociale norm ervaren om te geven.

Uit het onderzoek onder niet-westerse allochtonen blijkt dat – naast levensbeschouwelijke doelen en doelen op het gebied van internationale hulp – gezondheidsdoelen populaire doelen zijn onder Turken, Marokkanen, Antillianen en Surinamers.

Recent onderzoek naar giften aan de Hartstichting heeft laten zien dat persoonlijke betrokkenheid vaak een motief is om te geven aan doelen op het gebied van gezondheid. Wie

hartpatiënten kent geeft vaker aan de Hartstichting, zo blijkt. Dit geldt voornamelijk voor mensen die empathisch ingesteld zijn, zich sterker verantwoordelijk voelen voor de samenleving als geheel en voor mensen die zelf ook gezondheidsklachten hebben (Bekkers, 2008).

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van gezondheid? Wie zijn de 'grote' gevers? Over het algemeen zien we dat hoger opgeleiden, vijftigplussers, mensen woonachtig in de grote stad, alleenstaanden, mensen met hoge inkomens en inkomen uit vermogen meer geven aan gezondheidsdoelen. Bovendien blijken de 'grote' gevers zich te bevinden onder de mensen die meer vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties en mensen die een grotere sociale norm ervaren om te geven. Tot slot zien we dat ongelovigen meer geven aan gezondheid dan katholieken. Dat geldt overigens niet voor de andere geloofsovertuigingen zoals gereformeerden en Nederlands hervormden.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Bijna 7% van de Nederlanders verricht vrijwilligerswerk op het terrein van gezondheid. In de sector gezondheid zijn vrouwen vaker actief als vrijwilliger dan mannen, katholieken en hervormde protestanten vaker dan onkerkelijken, hoger opgeleiden vaker dan lager opgeleiden en vijftigplussers vaker dan jongeren.

8.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan gezondheid?

In tabel 8.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan gezondheid en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

Allereerst zien we dat de grootte van het bedrijf en het aantal keren dat een bedrijf wordt benaderd niet bepalend zijn voor giften en sponsoring aan gezondheid.

Er bestaat wel samenhang tussen bedrijven die medewerkers de gelegenheid geven om vrijwilligerswerk onder werktijd te verrichten en sponsoring van en giften aan gezondheid. Verder zien we dat bedrijven met een specifiek giftenbeleid en bedrijven die aan MVO doen vaker giften aan doelen op het terrein van gezondheid geven. Voor sponsoring zien we dit echter niet.

Tot slot lijkt de sector gezondheid zowel voor sponsoring als voor giften vaker te kunnen rekenen op bedrijven met ethische/ideële motieven om te geven.

Tabel 8.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan gezondheid en achtergrondkenmerken/motivaties van bedrijven

<i>Gezondheid</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf		
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)		+
Aantal keren benaderd		
Deelname MVO (ja/nee)		+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel		
Motivatie: intern functioneren		
Motivatie: leefbaarheid		
Motivatie: ethisch/ ideëel	+	+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

8.3 Beleidsrelevantie

Het terrein van gezondheidszorg is beleidsmatig sterk veranderd. In januari 2006 is de verzekering van de gezondheidszorg hervormd met de invoering van een verplicht basispakket, door marktpartijen aan te bieden en een grotere keuzevrijheid (een markt/klantgerichte aanpak). Door de marktwerking en concurrentie wordt gepoogd de kosten te beheersen en de doelmatigheid te bevorderen.

Daarnaast is filantropie als inkomstenbron ontdekt. Alle zeven academische ziekenhuizen in Nederland hebben professionele fondsenwervers in dienst. Het VUmc trok veel aandacht met het filantropisch gefinancierde Cancer Center Amsterdam van Pinedo en de Sponsor Bingo Loterij actie voor een centrum sneldiagnostiek.

Steeds meer algemene ziekenhuizen gebruiken sponsoring en andere filantropische inkomsten als aanvullende bron van financiering.

Aan gezondheid en gezondheidsonderzoek wordt in Nederland ruimhartig gegeven: bijdragen aan wetenschappelijk onderzoek op het terrein van belangrijke gezondheidsvraagstukken zoals de kankerbestrijding, hart- en vaatziekten, nierziekten, reuma, Alzheimer, etc.). KWF-Kankerbestrijding, de Hartstichting, de Nierstichting en Alzheimer Stichting, om enkele te noemen zijn toonaangevende fondsen.

Toch zijn het werk en de inspanningen van de filantropische instellingen niet of nauwelijks herkenbaar in het gezondheidsbeleid in Nederland.

Nieuw is de ontwikkeling dat marktpartijen producten voor zorggaranties aanbieden. Zo sluiten (real) estate planners met particulieren overeenkomsten waarin zorg voor de oude dag wordt verzekerd tegen inbreng van eigen vermogen c.q. eigen onroerend goed.

Literatuur

Bekkers, R. (2008). 'Straight From the Heart'. Pp. 197-221 in: *Advances in Medical Sociology*, Volume 10: Patients, Consumers and Civil Society, edited by Susan M. Chambré and Melinda Goldner. Emerald Group Publishing.

HOOFDSTUK 9

Internationale hulp

9.1 Cijfers

Tabel 9.1 Bijdragen aan 'internationale hulp', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	290	229	329	367	304	439	298
Nalatenschappen	16	24	29	36	32	35	41
Fondsen	22	26	71	82	17	12	17
Bedrijven	33	20	113	46	37	168	70
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	79	88	94
Totaal	361	299	542	531	469	742	520

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 9.2 Bijdragen aan 'internationale hulp', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	80	77	61	69	65	59	57
Nalatenschappen	4	8	5	7	7	5	8
Fondsen	6	9	13	15	4	2	3
Bedrijven	9	7	21	9	8	23	14
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	17	12	18
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

9.1.1 Huishoudens

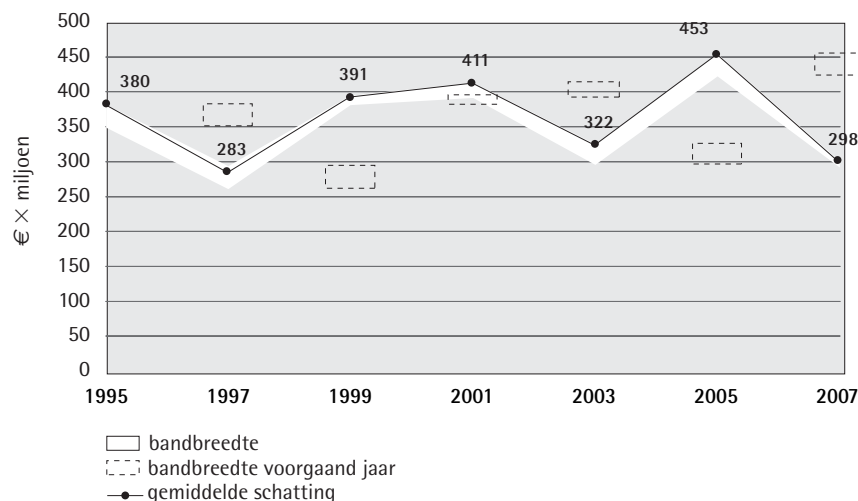
45% van de huishoudens heeft in 2007 aan doelen op het gebied van internationale hulp gegeven. Daaronder worden doorgaans goededoelenorganisaties verstaan zoals de Novib, Unicef, Artsen zonder Grenzen, Amnesty International, Plan Nederland, Terre des Hommes, maar ook acties zoals de 3FM Actie 'Serious Request'. Niet meegerekend worden remittances, het geven van geld en/of goederen van allochtonen naar het land van herkomst (voor meer informatie over remittances verwijzen wij naar de special 'het geefgedrag van niet-westerse allochtonen').

Het gemiddelde bedrag dat donateurs aan internationale hulp hebben gegeven, is € 91. Dit zijn na giften aan doelen op het gebied van 'kerk en levensbeschouwing' de hoogste gemiddelde donaties. 10% van de huishoudens geeft aan 'particuliere initiatieven': lokale doelen op het terrein van internationale hulp. Deze giften bedragen gemiddeld € 72.

De gepresenteerde cijfers in tabel 9.1 betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan internationale hulp bedraagt in 2007 298 miljoen euro. De laagste schatting betreft 291 miljoen euro en de hoogste schatting 300 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 9.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan internationale hulp zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 9.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Zoals in de figuur is te zien, schommelen de bedragen enigszins over de tijd heen. Vooral opvallend is de sterke stijging tussen 2003 en 2005, met in 2007 weer een terugval naar het niveau van 2003. Deze tijdelijke toename kan verklaard worden door de vele donaties aan de slachtoffers van de Tsunami die gedaan zijn in 2005. Het succes van de Tsunami-actie gaf de hoop dat er een hernieuwde interesse zou komen voor internationale hulp. Wellicht zouden nieuwe donateurs die aan de Tsunami-actie gegeven hadden, behouden kunnen worden (Bekkers & Meijer, 2007). Nu blijkt dat de Tsunami-actie geen langdurig positief effect heeft gehad op giften aan internationale hulp.

Figuur 9.1 Bedrag van geld en goederen aan Internationale hulp van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



- 1 Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
- Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
- Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

9.1.2 *Nalatenschappen*

De inkomsten uit nalatenschappen van geldwervende fondsen op het terrein van internationale hulp lijken over de hele periode 1995–2007 te stijgen, met een lichte daling in 2003.

9.1.3 *Fondsen*

De cijfers in tabel 9.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

9.1.4 *Bedrijven*

Ten opzichte van 2005 is het bedrag aan sponsoring en giften van bedrijven aan internationale hulp gedaald. Belangrijk om hierbij te vermelden is dat het totaal gegeven bedrag aan internationale hulp in 2005 sterk beïnvloed werd door de actie voor de slachtoffers van de Tsunami op 26 december 2004. Ten opzichte van 2003 zien we daarentegen een stijging van 37 miljoen euro naar 70 miljoen euro.

9.1.5 *Goededoelenloterijen*

Organisaties op het terrein van internationale hulp hebben ten opzichte van 2005 meer inkomsten uit de goededoelenloterijen ontvangen.

9.2 **Wie geeft aan internationale hulp?**

9.2.1 *Welke huishoudens geven aan internationale hulp?*

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan internationale hulp geven?

Vrouwen, middelbaar en hoger opgeleiden en mensen met een eigen huis geven vaker aan internationale hulp dan mannen, lager opgeleiden en mensen die geen eigen huis hebben. Bovendien blijken hoger opgeleiden ook vaker vrijwilligerswerk te doen op het terrein van internationale hulp en mensenrechten. Ook wordt de kans om aan internationale hulp te geven groter naarmate mensen vaker gevraagd worden om een gift.

Verder is opvallend dat mensen van katholieke huize minder vaak aan internationale hulp geven dan ongelovigen. Voor de andere geloofsovertuigingen zoals gereformeerden en Nederlands hervormden geldt dit overigens niet. Tot slot zien we dat organisaties op het terrein van internationale hulp vaker kunnen rekenen op mensen met sterkere altruïstische waarden, mensen die meer vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties en mensen die een sterkere sociale norm ervaren om te geven.

Uit het onderzoek onder niet-westerse allochtonen blijkt dat vooral Antillianen en Surinamers een voorkeur hebben om te geven aan doelen op het gebied van internationale hulp.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van internationale hulp? Wie zijn de 'grote' gevers? Over het algemeen zijn dat hoger opgeleiden, 65-plussers, mensen met een eigen huis en mensen die vaak gevraagd worden om een gift. Tot slot zien we dat de 'grote' gevers aan internationale hulp zich bevinden onder de mensen die vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties.

9.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan internationale hulp?

In tabel 9.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan internationale hulp en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven. Opvallend is dat de grootte van het bedrijf niet bepalend lijkt te zijn voor sponsoring van en giften aan doelen op het terrein van internationale hulp. Ook het aantal keren dat een bedrijf benaderd wordt voor giften aan internationale hulp lijkt geen rol te spelen.

Er bestaat wel samenhang tussen bedrijven die medewerkers de gelegenheid geven om vrijwilligerswerk onder werktijd te verrichten en sponsoring van en giften aan internationale hulp. Verder zien we dat bedrijven met een specifiek giftenbeleid en bedrijven die aan MVO doen vaker giften aan internationale hulp geven. Voor sponsoring zien we dit echter niet.

Tot slot, organisaties op het terrein van internationale hulp lijken zowel voor sponsoring als voor giften vaker te kunnen rekenen op bedrijven met ethische/ideële motieven om te geven en bedrijven wiens motieven om te geven en te sponsoren gericht zijn op het vergroten van de leefbaarheid in de omgeving.

Tabel 9.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan internationale hulp en achtergrondkenmerken van bedrijven

<i>Internationale hulp</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf		
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)		+
Aantal keren benaderd		
Deelname MVO (ja/nee)		+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel		
Motivatie: intern functioneren		
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideëel	+	+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

9.3 Beleidsrelevantie

Vier ontwikkelingen zijn op dit terrein te melden. Met het globaliseren van de (Nederlandse) economie zijn ten eerste de vraagstukken van maatschappelijk verantwoord ondernemen, duurzaamheid en ethisch beleggen op de beleidsagenda van het internationaal opererende bedrijfsleven terechtgekomen. Dit biedt mogelijkheden voor samenwerking tussen bedrijfsleven en particuliere ontwikkelingsorganisaties.

Ten tweede wordt het belang voor het Nederlandse bedrijfsleven nadrukkelijk in de politieke debatten over de besteding van de ontwikkelingsgelden van de overheid meegewogen.

Ten derde heeft de minister voor ontwikkelingssamenwerking de hulporganisaties in 2006 de verplichting opgelegd van het budget dat zij van de overheid krijgen minstens 25% eigen filantropische inkomsten te verwerven. Het vraagstuk van draagvlakvergroting staat voor deze sector hoog op de agenda.

Ten vierde is er op het terrein van ontwikkelingssamenwerking sprake van een nieuwe trend, het DIY, wat staat voor Do It Yourself. Steeds meer (vermogende) particulieren, succesvolle ondernemers starten eigen hulpprojecten, al dan niet in het kader van bestaande internationale hulporganisaties.

Literatuur

Bekkers, R. & M.-M. Meijer (2007). Na de tsunami: giften aan nationale acties en het publieksvertrouwen, p. 147-153 in: Schuyt, T.N.M., Gouwenberg, B.M., Bekkers, R., Meijer, M.-M. & Wiepking, P. (Eds.). *Geven in Nederland 2007: Giften, legaten, sponsoring en vrijwilligerswerk*. 's-Gravenhage: Elsevier Overheid.

HOOFDSTUK 10

Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming

10.1 Cijfers

Tabel 10.1 Bijdragen aan 'milieu, natuurbehoud en dierenbescherming', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	102	96	129	134	154	158	174
Nalatenschappen	10	17	42	52	32	30	38
Fondsen	39	55	85	43	17	49	28
Bedrijven	53	15	53	22	39	39	46
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	67	80	74
Totaal	204	183	309	251	309	356	360

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 10.2 Bijdragen aan 'milieu, natuurbehoud en dierenbescherming', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	50	52	42	53	50	44	48
Nalatenschappen	5	9	14	21	10	8	11
Fondsen	19	30	28	17	6	14	8
Bedrijven	26	8	17	9	13	11	13
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	22	23	20
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

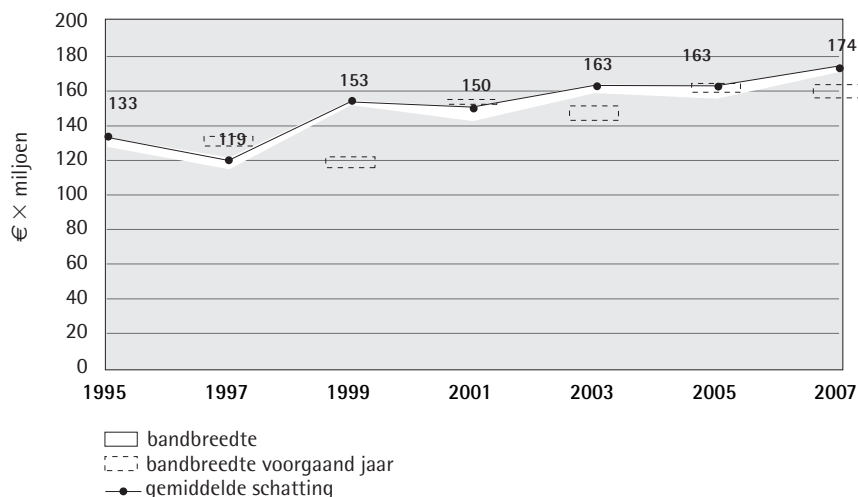
10.1.1 Huishoudens

Net iets minder dan de helft van de huishoudens geeft geld aan doelen op het gebied van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming, 48%. Na gezondheidsdoelen zijn dit de populairste doelen. De gemiddelde donatie onder donateurs is € 51.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming bedraagt in 2007 174 miljoen euro. De laagste schatting betreft 171 miljoen euro en de hoogste schatting 175 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 10.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 10.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Het bedrag dat aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming wordt gegeven, stijgt sinds 1997 gestaag. In 1999, 2003 en 2007 is er een significante groei in het totaal bedrag dat door huishoudens aan milieu, natuur en dierenbescherming wordt gegeven.

Figuur 10.1 Bedrag van geld en goederen aan Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



- 1 Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
- Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
- Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

10.1.2 *Nalatenschappen*

Goede doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming ontvangen circa een zesde van alle nalatenschappen (voor zover er cijfers over nalatenschappen beschikbaar zijn). Vanwege dit laatste is het moeilijk uitspraken te doen over trends.

10.1.3 *Fondsen*

De cijfers in tabel 10.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

10.1.4 *Bedrijven*

Goede doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming lijken niet populair onder bedrijven. Al jaren kunnen goede doelen op dit terrein op slechts 3% van het totaalgegeven bedrag aan sponsoring en giften van het Nederlandse bedrijfsleven rekenen. Het totaalbedrag aan sponsoring en giften is in 2007 ten opzichte van 2005 echter wel gestegen (van 39 miljoen euro naar 46 miljoen euro).

10.1.5 *Goededoelenloterijen*

De categorie ‘milieu, natuurbehoud en dierenbescherming’ heeft in 2007 iets minder inkomsten uit de goededoelenloterijen ontvangen dan in 2005. Toch staan doelen op dit terrein op een tweede plaats als het gaat om belangrijke begunstigen van de loterijen.

10.2 **Wie geeft er aan Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming?**

10.2.1 *Welke huishoudens geven aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming?*

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan organisaties op het terrein van ‘milieu, natuur en dieren’ geven?

Doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming zijn favoriet onder vrouwen, overigens net zoals doelen op het terrein van internationale hulp. Verder zien we dat ouderen (65-plussers), huishoudens met de hoogste inkomens en mensen die veel gevraagd worden om een gift vaker aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming geven. Minder populair zijn deze doelen onder gelovigen (de katholieken en Nederlands hervormden in het bijzonder) en frequente kerkgangers. Tot slot zien we dat organisaties op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming vaker kunnen rekenen op mensen met sterkere altruïstische waarden, mensen die meer vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties en mensen die een sterkere sociale norm ervaren om te geven.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming? Wie zijn de 'grote' gevers? Over het algemeen zijn dat huishoudens met de hoogste inkomens en huishoudens met inkomens uit vermogen. Bovendien hebben deze 'grote' gevers minder vaak thuiswonende kinderen. Tot slot blijkt dat de kans op grote giften groter is onder de mensen die vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties.

10.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming?

In tabel 10.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

De kans dat bedrijven aan doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming geven is groter naarmate bedrijven een specifiek sponsor- en/of giftenbeleid hebben, bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om in werktijd vrijwilligerswerk te verrichten en wanneer zij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) doen. Bovendien loont het de moeite om bedrijven ook te vragen om een sponsorbijdrage dan wel een gift. Naarmate bedrijven vaker benaderd worden neemt de kans op sponsoring en giften op dit terrein toe.

Commerciële motieven lijken niet bepalend voor sponsoring en/of giften aan doelen op het terrein van milieu, natuurbehoud en dierenbescherming. Eerder ideële motieven of motieven die gericht zijn op de leefbaarheid in de omgeving. Motieven die verband houden met het intern functioneren van een bedrijf (om werknemers bijvoorbeeld bij het bedrijf te betrekken) lijken alleen bij sponsoring een rol te spelen.

Tabel 10.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan milieu, natuurbehoud en dierenbescherming en achtergrondkenmerken van bedrijven

<i>Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf		
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)	+	+
Aantal keren benaderd	+	+
Deelname MVO (ja/nee)	+	+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel		
Motivatie: intern functioneren	+	
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideel	+	+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

10.2.3 Beleidsrelevantie

Ten opzichte van de andere doelen bevindt dit doel zich achter in de rij. Ook qua vrijwilligerswerk is dit doel hekkensluiter (zie hoofdstuk 6). Hoopgevend wellicht is dat bedrijven in de verdere opgang van 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' de doelen 'milieu' en 'natuurbehoud' als centrale aandachtspunten meeliften (In hoofdstuk 4 staan de cijfers van dit MVO-gedrag). Ook in het kader van 'cause-related marketing' zijn er voorbeelden hoe grote internationale bedrijven allianties met natuur- en milieuorganisaties aangaan, bijvoorbeeld met het Wereld Natuur Fonds.

Opvallend is dat de filantropische sector op dit punt een vooruitstrevende overheidspartij tegenkomt. Zowel het Ministerie van LNV als de Raad voor het Landelijk Gebied heeft uitspraken gedaan over hoe de transitie in het landelijk gebied kan worden versneld door een andere wijze van financieren. Hierbij werden publiekprivate samenwerking en filantropische bronnen expliciet ter sprake gebracht.

Er zijn ook andere nieuwe ontwikkelingen en mogelijkheden. Door het lokale en regionale karakter van natuur en het behoud ervan zijn de condities voor het stimuleren van betrokkenheid van particulieren, bedrijven en fondsen gunstig. Het gaat om de eigen (natuur) omgeving. Eerste aanzetten tot nieuwe vormen zijn de lokale en regionale 'community foundations', particuliere vermogensfondsen, die lokale en regionale algemeen nut doelen steunen, waaronder natuur en milieu.

HOOFDSTUK 11

Onderwijs en onderzoek

11.1 Cijfers

Tabel 11.1 Bijdragen aan 'onderwijs en onderzoek', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	21	26	21	31	44	33	22
Nalatenschappen	–	–	–	–	–	–	–
Fondsen	–	–	6	5	12	12	19
Bedrijven	37	57	205	89	245	232	190
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	–	–	–
Totaal	58	83	232	125	301	277	231

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 11.2 Bijdragen aan 'onderwijs en onderzoek', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	36	31	9	25	15	2	10
Nalatenschappen	–	–	–	–	–	–	–
Fondsen	–	–	3	4	4	4	8
Bedrijven	64	69	88	71	81	84	82
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	–	–	–
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

11.1.1 Huishoudens

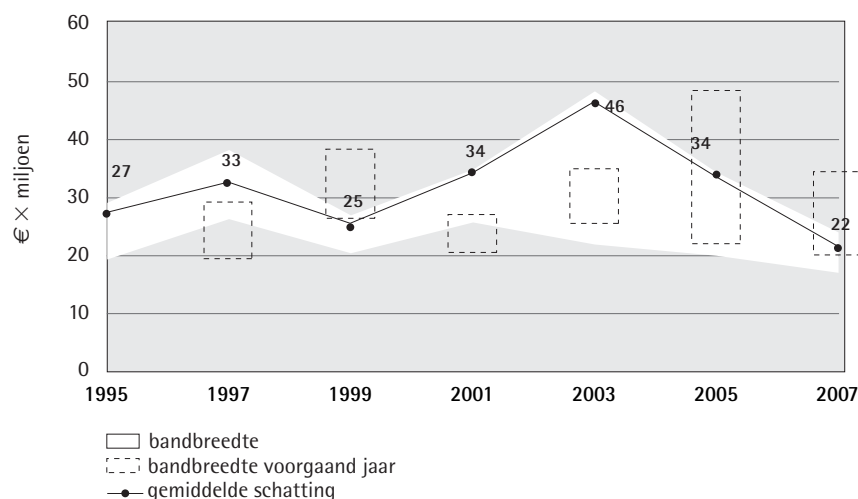
Relatief weinig huishoudens geven geld aan doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek, slechts 7%. Ook worden aan deze doelen gemiddeld lagere bedragen gegeven. De gemiddelde donatie onder donateurs aan onderwijs en onderzoek is € 40.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan onderwijs en onderzoek bedraagt in 2007 22 miljoen euro. De laagste

schatting betreft 17 miljoen euro en de hoogste schatting 24 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 11.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan onderwijs en onderzoek zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 11.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. In het algemeen kunnen we zeggen dat doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek tussen 1999 en 2003 in de lift zaten, in deze periode hebben ze een verdubbeling van hun inkomsten ervaren. Sinds 2003 is er echter sprake van een duidelijke daling in inkomsten voor doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek, tot zelfs onder het niveau van 1999.

Figuur 11.1 Bedrag van geld en goederen aan Onderwijs en onderzoek van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



11.1.2 Nalatenschappen

De cijfers in tabel 11.1 hebben betrekking op wat (bovenlokale) fondsenwervende instellingen hebben ontvangen. Uit de tabel valt op te maken dat er (nagenoeg) geen nationaal opererende fondsenwervende instellingen op het terrein van onderwijs en onderzoek zijn. Helaas is in Nederland niet bekend wat onderwijsinstellingen zelf uit nalatenschappen ontvangen. Daar bestaan – evenals bij de kerken – geen geaggregeerde gegevens over.

- | | | |
|---|--------------|--|
| 1 | Afname | Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar. |
| | Toename | Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar. |
| | Stabilisatie | Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar. |

11.1.3 Fondsen

De cijfers in tabel 11.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

11.1.4 Bedrijven

De bijdragen aan onderwijs en onderzoek door het Nederlandse bedrijfsleven schommelen over de tijd heen. Vanaf 2003 lijkt een dalende trend zich in te zetten. Onderwijs- en onderzoeksdoeleinden blijven echter wel belangrijk te ondersteunen doelen voor bedrijven: al jaren komen zij na sport/recreatie en cultuur samen met maatschappelijke doelen op een derde plaats.

11.1.5 Goededoelenloterijen

‘Onderwijs/onderzoek’ is een categorie die niet tot de begunstigde van goededoelenloterijen behoort.

11.2 Wie geeft aan onderwijs en onderzoek?

11.2.1 Welke huishoudens geven aan onderwijs en onderzoek?

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan onderwijs en onderzoek geven?

De kans dat mensen aan doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek geven is groot onder middelbaar tot hoger opgeleiden, onder huishoudens met thuiswonende kinderen, onder huishoudens die inkomsten uit eigen vermogen hebben, onder mensen die vaak gevraagd worden om een gift en tot slot onder de frequente kerkgangers. Opvallend is verder dat huishoudens met de allerhoogste inkomens (5^e inkomenskwintiel) juist minder vaak aan onderwijs en onderzoek geven.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek? Wie zijn de ‘grote’ gevers? Stedelingen geven grotere bedragen (wellicht ex-studenten) evenals mensen die zich verbonden voelen met een van de kleinere geloofsgemeenschappen in Nederland. Hogere bedragen aan onderwijs en onderzoek worden gegeven door mensen zonder een betaalde baan, bijvoorbeeld gepensioneerden en mensen die vaker naar de kerk gaan.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Op scholen zijn vrouwen vaker actief als vrijwilliger dan mannen, hoger opgeleiden vaker dan lager opgeleiden, Protestanten vaker dan onkerkelijken, mensen zonder betaald werk

vaker dan mensen met betaald werk en mensen met thuiswonende kinderen vaker dan mensen zonder thuiswonende kinderen. Er zijn ook enkele leeftijdsgroepen die vaker in deze sector actief zijn: degenen geboren tussen 1941 en 1980 zijn vaker actief dan de respondenten geboren voor 1940 of na 1980.

11.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan onderwijs en onderzoek?

In tabel 11.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan onderwijs en onderzoek en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

Allereerst zien we dat instellingen op het terrein van onderwijs en onderzoek eerder op grote bedrijven kunnen rekenen voor sponsorbijdragen en giften. Daarnaast valt op dat de kans dat bedrijven aan doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek geven groter is naarmate bedrijven een specifiek sponsor- en/of giftenbeleid hebben, bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om in werktijd vrijwilligerswerk te verrichten en wanneer zij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) doen. Bovendien loont het de moeite om bedrijven ook te vragen om een sponsorbijdrage dan wel een gift. Naarmate bedrijven vaker benaderd worden neemt de kans op sponsoring en giften op dit terrein toe.

Verschillende motieven spelen een rol bij giften aan en sponsoring van onderwijs/onderzoek. Opvallend is dat alleen de ideële motieven geen rol lijken te spelen bij sponsoring van onderwijs en onderzoeksdoeleinden.

Tabel 11.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan onderwijs en onderzoek en achtergrondkenmerken van bedrijven

<i>Onderwijs en onderzoek</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf	+	+
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)	+	+
Aantal keren benaderd	+	+
Deelname MVO (ja/nee)	+	+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel	+	+
Motivatie: intern functioneren	+	+
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideëel		+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

11.3 Beleidsrelevantie

Net als de sociale zekerheid en de gezondheidszorg behoort onderwijs tot het 'hart van de Nederlandse verzorgingsstaat'. In het denken en in de organisatie van het Nederlandse onderwijs zit het paradigma van de 'overheidsverantwoordelijkheid' ingebakken. Filantropisch geld hoort daar niet bij. Onderwijs en onderzoek ontvangen in Nederland weinig uit

filantropische bron (met uitzondering van het onderzoek op het terrein van gezondheid; zie hoofdstuk 8).

De kenniseconomie wordt gezien als een belangrijke motor voor de welvaart van Nederland en Europa. Kennisinstituten worden in Nederland grotendeels uit de algemene middelen betaald, terwijl een aantal er in slagen ook eigen inkomsten uit de markt te verwerven. Opdrachtonderzoek en kennisvalorisatie zorgen voor de broodnodige extra middelen.

Er is binnen de kenniseconomie aandacht voor nieuwe financieringsvormen, naast overheidsfinanciering en marktinkomsten. In december 2007 heeft de Europese Commissie, bij monde van Eurocommissaris Wetenschapsbeleid, de heer Potocnik, het 'European Forum on Philanthropy and Research Funding' in het leven geroepen teneinde de bijdragen van Europese foundations aan de Europese kenniseconomie te bevorderen

Met het oog op de realisatie van de Lissabon doelstellingen is door het Innovatieplatform ter versterking van de Nederlandse Kenniseconomie in 2005 de Taskforce 'Geven voor Weten' ingesteld. Deze kreeg als opdracht mee: 'verander met het oog op de filantropische inkomstenbron de cultuur en structuur van de kennisinstituten, maak een wetenschapsfonds en faciliteer filantropische bijdragen via fiscale maatregelen'. Op 29 maart 2007 heeft de Taskforce zijn eindrapport uitgebracht.

De Taskforce heeft gepoogd filantropie te herwaarderen als de extra financieringsbron. De Taskforce heeft geconcludeerd dat twee zaken doorslaggevend zijn:

Ten eerste een 'sense of urgency', een gevoel van urgentie. De cold-turkey bezuinigingspolitiek van het Thatcher-regime heeft in Engeland ertoe geleid dat universiteiten daar op pijnlijke wijze bewust werden van de noodzaak hun maatschappelijk draagvlak te vergroten, toen het politieke draagvlak en de daaraan verbonden middelen sterk verminderden. Om een Nederlandse topuniversiteit te worden of te blijven in een globaliserende kennismarkt zal dat maatschappelijke draagvlak onontbeerlijk worden, naast de overheidssteun. Betrokkenheid, trots, verbondenheid, erbij willen horen, zijn sleutelbegrippen voor filantropische inkomsten. Ook zal duidelijk moeten worden dat wetenschap een goed doel is. Op dit moment beschouwt slechts 3% van de Nederlanders universiteiten als belangrijk en als een goed doel. 64% vindt financiering van universiteiten een overheidstaak. 7% vindt universiteiten een goed doel, maar niet belangrijk.

Ten tweede een politiek signaal. De Taskforce heeft de regering geadviseerd om, in navolging van Engeland, een convenant te sluiten met de filantropische sector, om daarmee tot uitdrukking te brengen dat filantropische bijdragen welkom zijn ter versterking van de kwaliteit van de Nederlandse samenleving.

Daarnaast heeft de Taskforce fiscale voorstellen geformuleerd, waaronder een regeling 'beleggen in de wetenschap'.

Literatuur

WWAV (2008). *Publieksvertrouwen in goede doelenorganisaties: onderzoeksrapportage april 2008*. Woerden: WWAV.

HOOFDSTUK 12

Cultuur

12.1 Cijfers

Tabel 12.1 Bijdragen aan 'cultuur', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	13	22	23	33	22	31	24
Nalatenschappen	–	–	1	6	11	2	7
Fondsen	13	16	25	22	35	125	82
Bedrijven	57	49	116	274	516	135	201
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	26	33	38
Totaal	83	87	165	335	610	326	352

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 12.2 Bijdragen aan 'cultuur', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	16	25	14	10	4	10	7
Nalatenschappen	–	–	1	2	2	1	2
Fondsen	16	18	15	7	6	38	23
Bedrijven	68	56	70	82	85	41	57
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	4	10	11
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

NB In verband met afrondingen tellen de percentages niet altijd op tot 100%.

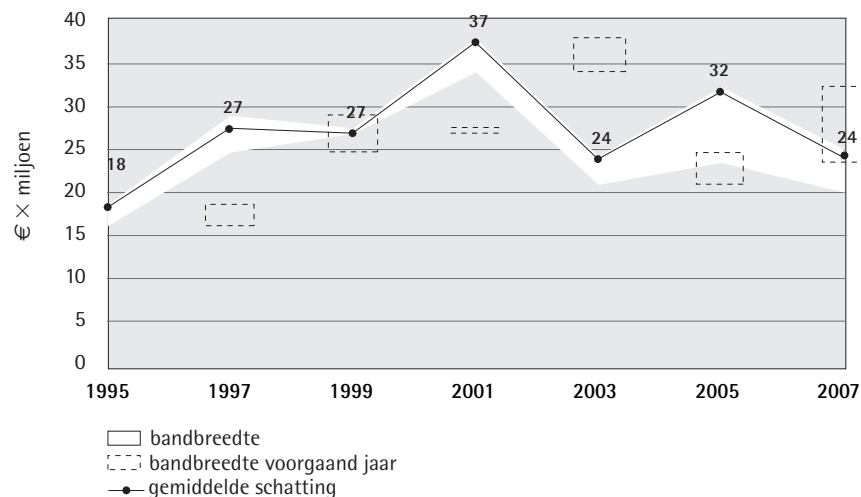
12.1.1 Huishoudens

Relatief weinig huishoudens geven geld aan doelen op het gebied van cultuur, slechts 10%. Na onderwijs en onderzoek zijn culturele doelen de minst populaire doelen. Aan culturele doelen worden gemiddeld de laagste bedragen gegeven. De gemiddelde donatie onder donateurs aan culturele doelen en instellingen is € 31.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan culturele doelen bedraagt in 2007 24 miljoen euro. De laagste schatting betreft 20 miljoen euro en de hoogste schatting 25 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 12.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan culturele doelen zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 12.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Doelen op het gebied van cultuur hebben tussen 1999 en 2003 hun inkomen zien stijgen. In 2005 was er echter sprake van een trendbreuk: de inkomsten van culturele doelen namen sterk af. In 2007 zijn de inkomsten weer gestegen, maar deze zijn nog niet terug op het niveau van 2003.

Figuur 12.1 Bedrag van geld en goederen aan Cultuur van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



12.1.2 Nalatenschappen

De cijfers in tabel 12.1 hebben betrekking op wat fondsenwervende instellingen op het terrein van cultuur hebben ontvangen. Waren de inkomsten uit nalatenschappen in 2005 behoorlijk gedaald, in 2007 zien we daarentegen weer een stijging in de inkomsten. Helaas is in Nederland niet bekend wat andere ontvangende partijen, zoals musea, ontvangen.

¹ Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
 Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
 Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

12.1.3 Fondsen

De cijfers in tabel 12.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

12.1.4 Bedrijven

De bijdragen van het Nederlandse bedrijfsleven aan cultuuroleinden schommelen over de tijd heen. Ten opzichte van 2005 lijken de bijdragen in de vorm van giften en sponsoring aan cultuur te zijn gestegen. Cultuur is na 'sport en recreatie' een van de meest populaire doelen onder bedrijven om aan te geven.

12.1.5 Goededoelenloterijen

Organisaties op het terrein van cultuur hebben ten opzichte van 2005 meer inkomsten uit de goededoelenloterijen ontvangen.

12.2 Wie geeft er aan cultuur?

12.2.1 Welke huishoudens geven aan cultuur?

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan cultuur geven? Cultuuroleiden zijn meer favoriet bij vrouwen dan bij mannen. Daarnaast zien we dat jongeren minder vaak aan cultuur geven. Mensen met meer eigen vermogen en huiseigenaren zijn juist weer vaker donateur van culturele doelen of instellingen. Maar er bestaat geen verschil tussen mensen uit verschillende inkomensgroepen in het geven aan cultuur. Wat betreft religieuze achtergrond vinden we dat alleen mensen met een Nederlands hervormde achtergrond vaker geld geven aan culturele doelen. Ten slotte hangt geven aan cultuur samen met het hebben van altruïstische waarden, het hebben van vertrouwen in goede doelen en vaker gevraagd worden om te geven.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van cultuur? Wie zijn de 'grote' gevers? Er zijn weinig verschillen tussen mensen die veel of weinig geld aan cultuur geven. De enige verschillen zijn dat vrouwen gemiddeld meer geld geven aan cultuur en mensen met minder vertrouwen in goede doelen minder.

12.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan cultuur?

In tabel 12.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan cultuur en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

De kans dat bedrijven aan doelen op het terrein van cultuur geven is groter naarmate bedrijven een specifiek sponsor- en/of giftenbeleid hebben, bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om in werktijd vrijwilligerswerk te verrichten en wanneer zij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) doen. Bovendien kunnen cultuurdoelen eerder op grote bedrijven rekenen.

Commerciële motieven lijken alleen bepalend voor het sponsoren van cultuurdoelen. Ideale motieven zijn juist alleen bepalend voor giften aan doelen op het terrein van cultuur. Motieven die verband houden met het intern functioneren van een bedrijf (om werknemers bijvoorbeeld bij het bedrijf te betrekken) en motieven die gericht zijn op de leefbaarheid in de omgeving spelen zowel bij sponsoring als bij giften een rol.

Tabel 12.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan cultuur en achtergrondkenmerken van bedrijven

Cultuur	Sponsoring	Giften
Grootte bedrijf	+	+
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)	+	+
Aantal keren benaderd		
Deelname MVO (ja/nee)	+	+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel	+	
Motivatie: intern functioneren	+	+
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideel		+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

12.3 Beleidsrelevantie

Grotere culturele instellingen (musea, orkesten) zijn al langere tijd aan de slag met het binnenhalen van filantropisch geld. Een aantal heeft professionele fondsenwervers in dienst en kent een filantropische infrastructuur. Dit wil zeggen dat zij de interne organisatie al hebben ingericht op het ontvangen, verwerven en beheren van filantropisch geld. Er is hier sprake van een (kleine) voorhoede.

Alle door het Rijk gefinancierde culturele instellingen en manifestaties moeten op zoek naar meer maatschappelijk draagvlak, en dus meer geld. Dat is de boodschap van de commissie Cultuurprofijt die in februari 2008 haar advies heeft uitgebracht. Filantropische financiering kan hierin een voorname rol spelen.

Veel culturele evenementen zijn commercieel. Zo worden de podiakunsten maar voor 13 procent door de rijksoverheid gefinancierd (www.vscd.nl). Aan alle door het rijk gefinancierde culturele instellingen, organisaties en manifestaties is door het ministerie van

OCW kenbaar gemaakt dat zij op zoek moeten naar (nog) meer aanvullende financiering – hetzij uit markt, hetzij uit filantropische bijdragen (Commissie Cultuurprofijt). Kernbegrip in deze boodschap is ‘maatschappelijk draagvlak’. Cultuur moet bezoekers aanspreken (marktinkomsten) en cultuur moet mensen, fondsen en bedrijven aan zich binden (filantropische betrokkenheid).

Deze roep om meer maatschappelijk draagvlak is een signaal dat Haagse steun – in casu het politieke en beleidsmatige draagvlak – uitbreiding en versteviging behoeft met ‘maatschappelijke stakeholders’.

Nieuw is dat het cultureel beleggen in opkomst is: door een fiscale tegemoetkoming wordt aan particulieren de mogelijkheid geboden ‘culturele’ aandelen te nemen.

HOOFDSTUK 13

Sport en recreatie

13.1 Cijfers

Tabel 13.1 Bijdragen aan 'sport en recreatie', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	30	22	70	52	37	29	39
Nalatenschappen	–	–	–	–	–	–	–
Fondsen	–	–	2	4	4	26	8
Bedrijven	216	388	506	630	845	574	472
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	44	57	50
Totaal	246	410	578	686	930	686	569

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 13.2 Bijdragen aan 'sport en recreatie', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	12	5	12	8	4	4	7
Nalatenschappen	–	–	–	–	–	–	–
Fondsen	–	–	–	1	–	4	1
Bedrijven	88	95	88	92	91	84	83
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	5	8	9
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

13.1.1 Huishoudens

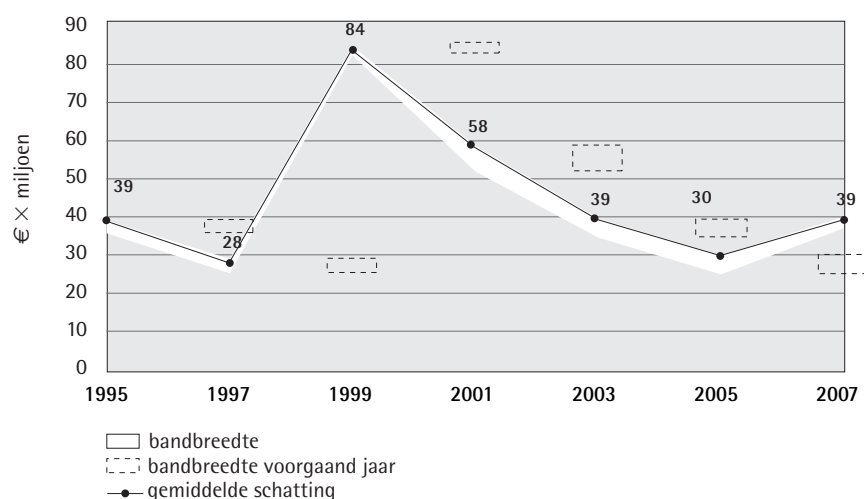
Doelen op het gebied van sport en recreatie ontvangen samen met culturele doelen en doelen op het gebied van onderwijs en onderzoek donaties van het laagste percentage huishoudens. Slechts 15% van de huishoudens geeft geld aan sport en recreatie. De gemiddelde donatie is relatief ook niet hoog, donateurs aan sport en recreatie geven gemiddeld € 38 op jaarbasis.

14% van de huishoudens geeft aan lokale doelen op het terrein van sport. Per huishouden dat geeft gaat het om gemiddeld € 26.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan doelen op het gebied van sport en recreatie bedraagt in 2007 39 miljoen euro. De laagste schatting betreft 37 miljoen euro en de hoogste schatting 40 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 13.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan doelen op het terrein sport en recreatie zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 13.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Doelen op het gebied van sport en recreatie hebben tussen 1997 en 1999 een verdrievoudiging van hun inkomen meegemaakt. Tussen 1999 en 2005 is het bedrag dat aan sport en recreatie werd gegeven echter elke twee jaar gedaald, tot het dieptepunt van 30 miljoen euro in 2005. In 2007 is er sprake van licht herstel naar 39 miljoen euro.

Figuur 13.1 Bedrag van geld en goederen aan Sport en recreatie van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



- 1 Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
- Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
- Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

13.1.2 *Nalatenschappen*

Er valt weinig te zeggen over trends in de tijd als het gaat om nalaten aan sport en recreatie. Sportverenigingen worden niet als algemeen nut beogende instellingen aangemerkt. Dit zal (mede) kunnen verklaren waarom nalatenschappen niet of nauwelijks bij dit doel terechtkomen. Om de sportorganisaties toch tegemoet te komen is met ingang van 1 januari 2009 een speciale vrijstelling van het schenkings- en successierecht en het recht van overgang geïntroduceerd (zie paragraaf 13.3).

13.1.3 *Fondsen*

De cijfers in tabel 13.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

13.1.4 *Bedrijven*

De totaal gegeven bedragen aan sport en recreatie schommelen door de tijd heen. In 2007 zien we ten opzichte van 2005 een daling. Niet zo zeer als het gaat om giften, maar wel als het gaat om sponsorbijdragen. Toch blijven sport en recreatie populaire doelen voor bedrijven om aan te geven; bedrijven geven hier al jaren het meeste geld aan.

13.1.5 *Goededoelenloterijen*

Het grootste deel van de opbrengsten van de Lotto en de Scientific Games zijn bestemd voor de sport. Ten opzichte van 2005 lijkt deze sector iets minder geld vanuit de loterijen te hebben ontvangen; we zien een lichte daling van 57 miljoen euro in 2005 naar 50 miljoen euro in 2007. De NOC*NSF is met 38 miljoen euro in 2007 de grootste begunstigde uit de goededoelenloterijen.

13.2 *Wie geeft aan sport en recreatie?*

13.2.1 *Welke huishoudens geven aan sport en recreatie?*

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan sport en recreatie geven? Intuïtief zou verwacht kunnen worden dat mannen meer aan sport geven. Dit is echter niet zo, we vinden geen verschillen tussen mannen en vrouwen in het geven aan doelen op het gebied van sport en recreatie. Ook is er geen verschil tussen mensen met verschillende religieuze achtergronden. Wel belangrijk voor het geven aan sport en recreatie is het hebben van een gezin en een eigen huis: tweepersoonshuishoudens, gezinnen met kinderen en huiseigenaren geven vaker. Dit zijn waarschijnlijk mensen die in het dagelijkse leven vaker met sport- en recreatieve verenigingen in aanraking komen. Tot slot hangt

geven aan sport en recreatie samen met het hebben van altruïstische waarden, het hebben van vertrouwen in goede doelen en vaker gevraagd worden om te geven.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van sport en recreatie? Wie zijn de 'grote' gevers? Mensen die in de grote stad wonen geven gemiddeld hogere bedragen aan sport en recreatie dan mensen die op het platteland wonen. Ook mensen die bijna de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt geven gemiddeld meer dan andere leeftijdsgroepen, net als mensen die vaak naar de kerk gaan en een sterkere norm om te geven ervaren. Mensen met een gemiddeld inkomen geven minder geld aan doelen op het gebied van sport en recreatie dan mensen met een gemiddeld hoog of laag inkomen.

Wie doet vrijwilligerswerk?

Vrijwilligerswerk in de sport is vaker een bezigheid voor mannen dan voor vrouwen. Het gaat vaak om het vervoer van en naar wedstrijden, het verzorgen van trainingen, coaching en begeleiding van kinderen. Vaders raken vaak actief in het voetspoor van hun eigen kinderen. Moeders zijn vaker actief op de school van hun kinderen. Verder blijkt dat hoger opgeleiden en katholieken vaker actief zijn als vrijwilligers in de sport.

13.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan sport en recreatie?

In tabel 13.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan sport en recreatie en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven. Organisaties op het terrein van sport en recreatie kunnen zowel voor sponsoring als voor giften vaker rekenen op de grote bedrijven. Hoewel dit voor meerdere doelen geldt, blijkt dit bijvoorbeeld niet het geval te zijn voor doelen op het terrein van internationale hulp en gezondheid.

Daarnaast valt op dat de kans dat bedrijven aan doelen op het terrein van onderwijs en onderzoek geven groter is naarmate bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om in werktijd vrijwilligerswerk te verrichten en wanneer zij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) doen. Opvallend is dat het hebben van een sponsor- of giftenbeleid niet bepalend lijkt te zijn voor sponsoring of giften aan de sport.

Het loont ook de moeite om bedrijven te vragen om een sponsorbijdrage dan wel een gift. Naarmate bedrijven vaker benaderd worden neemt de kans op sponsoring en giften op dit terrein toe.

Tot slot zien we dat verschillende motieven een rol spelen bij giften aan en sponsoring van 'sport en recreatie'. Alleen ideële motieven lijken geen rol te spelen bij sponsoring van sport en recreatie.

Tabel 13.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan sport en recreatie en achtergrondkenmerken van bedrijven

<i>Sport en recreatie</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf	+	+
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)		
Aantal keren benaderd	+	+
Deelname MVO (ja/nee)	+	+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel	+	+
Motivatie: intern functioneren	+	+
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideëel		+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

13.3 Beleidsrelevantie

Uit de analyse van de bijdragen valt op te maken dat sport niet alleen beperkt is tot nationale sport en grote sportevenementen. Ook en juist de breedtesport op lokaal niveau mag zich in een grote belangstelling van burgers en bedrijven verheugen. De bijdragen omvatten zowel geld als tijd (zie het hoofdstuk vrijwilligerswerk). Ook dient de sport vaak als middel om geld bijeen te brengen voor andere maatschappelijke doelen, bijvoorbeeld sponsorlopen voor een goed doel.

Als er, naast de kerk, een sector in Nederland is, die vrijwilligers weet te mobiliseren en sponsorende bedrijven weet te vinden, dan is het de sport. Echter, dit maatschappelijke en economische draagvlak heeft het nadeel van de vanzelfsprekend. Met de grote aandacht en aantrekkingskracht van bedrijven heeft de sport minder energie gestopt in de private bankers, estate planners en particuliere vermogenden. Voor (grote) particuliere donateurs heeft de sport geen specifiek aanbod ontwikkeld. Daarin is echter verandering gekomen.

Ten eerste heeft NOC*NSF bij het Ministerie van Justitie een succesvolle poging gedaan om gelden uit de goededoelenloterijen te ontvangen. Ten tweede heeft een actie naar het Ministerie van Financiën ertoe geleid dat met ingang van 1 januari 2009 de Successiewet 1956 een vrijstelling voor bijdragen aan amateursportclubs bevat.

Eén van de voorwaarden voor amateursportclubs om als anbi erkend te worden is dat een organisatie voor meer dan 50% het algemeen belang behartigt.¹ Sportclubs richten zich doorgaans primair op het particuliere belang van hun leden, daardoor bevorderen zij niet rechtstreeks het algemeen belang.² De staatssecretaris zegt deze in de jurisprudentie gegeven regel te onderschrijven en wil de sportinstellingen daarom niet tot anbi verklaren.³ Het kabinet is echter ook van mening dat sporten bijdraagt aan een goede volksgezond-

1 Zie Hoge Raad, 13 juli 1994, BNB 1994/280, Hoge Raad 12 mei 2006, BNB 2006/267.

2 Bijvoorbeeld Hoge Raad 4 oktober 1989, BNB 1993/59 inzake de Nederlandse Rugby Bond.

3 *Kamerstukken II 2007/08, Aanghangsel van de Handelingen p. 6936.*

heid en daarmee een belangrijke maatschappelijke waarde heeft.¹ Onder sport verstaat het kabinet lichamelijke bezigheid met spel- en wedstrijdelement waarbij conditie en vaardigheid vereist zijn of bevorderd worden. Denksporten worden ook tot sport gerekend.² Aan gezien sportverenigingen centraal staan bij het aanbod van verschillende sportdisciplines en om de sportorganisaties toch tegemoet te komen is met ingang van 1 januari 2009 een speciale vrijstelling geïntroduceerd.³ Deze vrijstelling (in de artikelen 32, 32a en 33 van de Successiewet 1956) geldt voor zover aan de verkrijging niet een opdracht is verbonden die het belang voor de sportbeoefening daaraan ontnemt.⁴ Voorts gelden de volgende voorwaarden:

- 1 Landelijke sportorganisaties moeten voldoen aan de bij ministeriële regeling gestelde voorwaarden.
Om als zodanig aangewezen te kunnen worden moet een landelijke sportorganisatie zich sterk maken voor de belangen van de sport in het algemeen. Daarnaast moet zij opkomen voor goede sportbeoefening bij haar leden.⁵ Sportbonden die gewoon lid zijn van het NOC*NSF kunnen worden aangewezen, bijzondere leden komen voor aanwijzing in aanmerking voor zover 70% of meer van de daarbij aangesloten leden sportorganisaties zijn.⁶
- 2 Verenigingen of stichtingen, mits deze aan de volgende voorwaarden voldoen:
 - a Allereerst moet de vereniging of stichting sportbeoefening bij diezelfde vereniging of stichting ten doel hebben.
 - b Ten tweede moet de ontvangende sportvereniging zijn aangesloten bij een landelijke sportorganisatie die als zodanig door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport is erkend. De voorwaarde van aansluiting bij een landelijke koepel waarborgt dat alleen door de sector erkende sportverenigingen en stichtingen met voldoende kwaliteit worden gesteund.⁷
 - c De vereniging of stichting die de gift ontvangt moet niet aan de vennootschapsbelasting zijn onderworpen of daarvan zijn vrijgesteld. Deze voorwaarde is later aan de plannen toegevoegd en heeft als doel de regeling te beperken tot de amateursportorganisaties.⁸
- 3 Alle instellingen die een beroep willen doen op de vrijstelling moeten zijn gevestigd in een lidstaat van de EU, de Nederlandse Antillen of Aruba.

Verkrijgingen door sportverenigingen zijn door de nieuw in te voeren vrijstelling volledig vrij van schenkingsrecht, recht van overgang en successierecht.⁹

1 *Kamerstukken II 2007/08, 31 205 nr. 50, Motie Remkes c.s., Kamerstukken II 2007/08 31 704 nr. 3, MvT p. 26.*

2 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 3, MvT p. 27.*

3 *Kamerstukken II 2007/08, Aanhangsel van de Handelingen p. 6936.*

4 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 3, MvT p. 55.*

5 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 3, MvT p. 27.*

6 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 3, MvT p. 27.*

7 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 3, MvT p. 27 & 55.*

8 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 34, 2^e nota van wijziging p. 8/9 & 11.*

9 *Kamerstukken II 2007/08, 31 704 nr. 8, NnavV p. 62.*

HOOFDSTUK 14

Maatschappelijke en sociale doelen (nationaal)

14.1 Cijfers

Tabel 14.1 Bijdragen aan 'maatschappelijke en sociale doelen', in miljoenen euro's, in de periode 1995–2007

	<i>Bedrag x miljoen euro</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	86	83	129	172	142	166	192
Nalatenschappen	19	29	38	46	37	37	53
Fondsen	51	72	71	40	66	109	126
Bedrijven	127	73	184	115	258	152	190
Goededoelenloterijen	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.	52	59	56
Totaal	283	257	422	373	555	523	617

NB Vanwege toegepaste correcties verschillen deze cijfers met gepubliceerde cijfers in voorgaande edities tot 2005 van *Geven in Nederland*.

Tabel 14.2 Bijdragen aan 'maatschappelijke en sociale doelen', in percentages, in de periode 1995–2007

	<i>In %</i>						
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007
Huishoudens	30	32	31	46	26	32	31
Nalatenschappen	7	11	9	12	7	7	9
Fondsen	18	28	17	11	12	21	20
Bedrijven	45	28	44	31	46	29	31
Goededoelenloterijen	–	–	–	–	9	11	9
Totaal	100	100	100	100	100	100	100

NB In verband met afrondingen tellen de percentages niet altijd op tot 100%.

14.1.1 Huishoudens

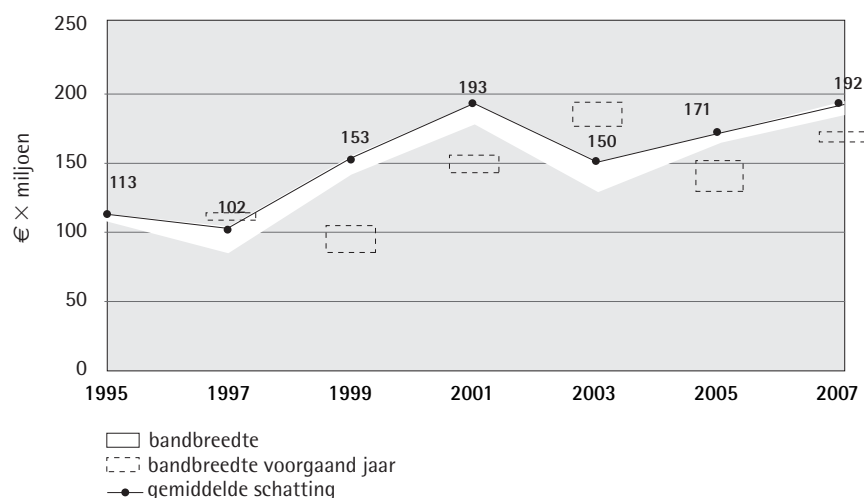
Maatschappelijke en sociale doelen ontvangen donaties van 46% van de huishoudens, dat is vergelijkbaar met het percentage donateurs aan doelen op het gebied van milieu,

natuurbehoud en dierenbescherming (48%) en doelen op het gebied van internationale hulp (45%). Gemiddeld geven donateurs aan maatschappelijke en sociale doelen € 58.

De gepresenteerde cijfers betreffen schattingen. Het zijn gemiddelde schattingen die in werkelijkheid hoger of lager kunnen liggen. De gemiddelde schatting van het totaal gegeven bedrag aan maatschappelijke en sociale doelen bedraagt in 2007 192 miljoen euro. De laagste schatting betreft 185 miljoen euro en de hoogste schatting 195 miljoen euro. Verwacht wordt dat de 'werkelijke waarde' binnen deze bandbreedte valt.

Tabel 14.1 geeft een overzicht van de totaal bedragen die door huishoudens aan maatschappelijke en sociale doelen zijn gegeven tussen 1995 en 2007. In figuur 14.1 wordt ook de 'bandbreedte' van deze trend weergegeven. Om iets over trends¹ in de tijd te zeggen, zijn de cijfers van de andere jaren in deze figuur gecorrigeerd voor inflatie. Het bedrag dat aan maatschappelijke en sociale doelen wordt gegeven, stijgt sinds 1997 gestaag. Alleen in 2003 is er sprake van een trendbreuk, waarbij het totale bedrag dat aan maatschappelijke en sociale doelen werd gegeven is afgenomen van 193 miljoen euro naar 150 miljoen euro. Sinds 2003 zijn de inkomsten van maatschappelijke en sociale doelen echter elke twee jaar weer toegenomen.

Figuur 14.1 Bedrag van geld en goederen aan Maatschappelijk en sociale doelen van de Nederlandse bevolking in de periode 1995-2007 (met inflatiecorrectie)



- 1 Afname Als de hoogste schatting van het desbetreffende jaar lager is dan de laagste schatting van het voorgaande jaar.
- Toename Als de laagste schatting van het desbetreffende jaar hoger is dan de hoogste schatting van het voorgaande jaar.
- Stabilisatie Als er overlap in de bandbreedtes is. De gemiddelde schatting van het desbetreffende jaar valt bijvoorbeeld nog binnen de bandbreedte van het voorgaande jaar.

14.1.2 *Nalatenschappen*

De inkomsten uit nalatenschappen van goede doelen op maatschappelijk en sociaal terrein is in 2007, ten opzichte van 2005, sterk gestegen. Het Centraal Bureau Fondsenwerving heeft geen verklaring voor deze sterke toename.

14.1.3 *Fondsen*

De cijfers in tabel 14.1 hebben betrekking op een schatting van de bijdragen van vermogensfondsen en de eigen bijdrage (opbrengsten uit beleggingen) van bovenlokale fondsenwervende instellingen. Over trends in de tijd kunnen we niets zeggen vanwege gebrekkige informatie over de bijdragen van vermogensfondsen en omdat de bedragen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

14.1.4 *Bedrijven*

De bijdragen aan maatschappelijke en sociale doelen door het Nederlandse bedrijfsleven schommelen door de tijd heen. Ten opzichte van 2005 zien we voor 2007 een lichte stijging in het gegeven bedrag. Maatschappelijke en sociale doelen zijn belangrijk te ondersteunen doelen voor bedrijven; zij komen al jaren – na sport/recreatie en cultuur – samen met onderwijs en onderzoek op een derde plaats.

14.1.5 *Goededoelenloterijen*

Het bedrag dat maatschappelijke en sociale doelen in 2007 uit goededoelenloterijen hebben ontvangen is ten opzichte van 2005 iets gedaald; van 59 miljoen euro naar 56 miljoen euro.

14.2 **Wie geeft aan maatschappelijke en sociale doelen?**

14.2.1 *Welke huishoudens geven aan maatschappelijke en sociale doelen?*

Wie geeft?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij wel of niet aan maatschappelijke en sociale doelen geven? Mensen met een partner en/of kinderen geven vaker aan maatschappelijke en sociale doelen, net als mensen die bijna de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt. Mensen met een gemiddeld of hoog inkomen geven ook vaker, net als mensen met meer vertrouwen in goede doelen, sterkere altruïstische waarden en mensen die een sterkere norm om te geven ervaren. Tot slot geven mensen die af en toe naar de kerk gaan en mensen die vaker gevraagd worden om een gift vaker aan maatschappelijke en sociale doelen. Mensen die in de grote stad wonen, geven juist gemiddeld minder vaak giften aan maatschappelijke en sociale doelen.

Wie geeft meer?

Welke kenmerken van mensen bepalen nu of zij grote bedragen geven aan doelen op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen? Wie zijn de 'grote' gevers? Mensen boven de zeventig geven gemiddeld hogere donaties aan maatschappelijke en sociale doelen dan jongere mensen. Daarnaast geven mensen met een hoger opleidingsniveau ook gemiddeld meer geld aan deze doelen. Vertrouwen in goede doelen is ook belangrijk voor de hoogte van giften aan maatschappelijke en sociale doelen: mensen met meer vertrouwen geven gemiddeld hogere bedragen.

14.2.2 Welke bedrijven sponsoren en/of geven giften aan maatschappelijke en sociale doelen?

In tabel 14.3 wordt een overzicht gegeven van de samenhang tussen sponsoring en giften aan maatschappelijke en sociale doelen en een aantal achtergrondkenmerken en motivaties van bedrijven.

Organisaties op het terrein van maatschappelijke en sociale doelen kunnen zowel voor sponsoring als voor giften vaker rekenen op de grote bedrijven. Hoewel dit voor meerdere doelen geldt, blijkt dit bijvoorbeeld niet het geval te zijn voor doelen op het terrein van internationale hulp, en gezondheid.

Daarnaast valt op dat de kans dat bedrijven aan maatschappelijke en sociale doelen geven groter is naarmate bedrijven medewerkers de gelegenheid geven om in werktijd vrijwilligerswerk te verrichten en wanneer zij aan maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) doen. Opvallend is dat het hebben van een sponsor- of giftenbeleid niet bepalend lijkt te zijn voor sponsoring of giften aan maatschappelijke en sociale doelen.

Tot slot zien we dat commerciële motieven geen rol spelen bij giften aan en sponsoring van maatschappelijke en sociale doelen. Wel spelen ideële motieven een rol en motieven die gericht zijn op het vergroten van de leefbaarheid in de omgeving.

Tabel 14.3 Relatie tussen sponsoring en giften aan maatschappelijke en sociale doelen en achtergrondkenmerken van bedrijven

<i>Maatschappelijke en sociale doelen</i>	<i>Sponsoring</i>	<i>Giften</i>
Grootte bedrijf	+	+
Sponsorbeleid (ja/nee)/giftenbeleid (ja/nee)		
Aantal keren benaderd		
Deelname MVO (ja/nee)	+	+
Medewerkervrijwilligerswerk (ja/nee)	+	+
Motivatie: commercieel		
Motivatie: intern functioneren		+
Motivatie: leefbaarheid	+	+
Motivatie: ethisch/ ideel	+	+

+ = positieve samenhang; $p < .001$

14.3 Beleidsrelevantie

Onder ‘maatschappelijke en sociale doelen’ valt de armoedebestrijding in Nederland. Hoewel sociale zekerheid na de Armenwet en de Algemene bijstandswet een exclusieve taak voor de overheid is geworden, is filantropie hier sterk in opmars. Voedselbanken halen bijna dagelijks de media, maar ook binnen de filantropische sector vullen kerken en vermogensfondsen (stichtingen Bijzonderde Noden), in toenemende mate gaten die de reguliere sociale zekerheid laat vallen.



DEEL C

Specials



HOOFDSTUK 15

Wat en hoe geven jongeren?

Samenvatting

In deze special onderzoeken we het geefgedrag van jongeren. Uit het *Geven in Nederland*-onderzoek blijkt dat het geefgedrag van zelfstandig wonende jongeren (van 18 tot 34 jaar) niet sterk afwijkt van het geefgedrag van oudere leeftijdsgroepen, zeker wanneer we rekening houden met het feit dat jongeren minder financiële mogelijkheden hebben voor het geven van geld dan ouderen.

Jongere huishoudens geven vaker geld aan goede doelen wanneer ze kerkelijk verbonden zijn, een eigen huis hebben en meer vertrouwen hebben in goededoelenorganisaties. Ze geven hogere bedragen wanneer ze kerkelijk zijn, een HBO of universitair diploma hebben, kinderen hebben en een inkomen behorende bij de twintig procent hoogste inkomens van Nederland.

Sommige van deze kenmerken zien we terug bij de meest vrijgevege donateurs aan de 'Serious Request' actie van het radiostation 3fm voor het Rode Kruis. De meeste donateurs van deze actie zijn tussen de 26 en 35 jaar. Ook voor deze actie geldt dat mensen met een hogere opleiding en inkomen de hoogste bedragen geven. Daarnaast is opvallend dat vrouwen lagere bedragen geven.

Dit hoofdstuk laat zien dat jongeren niet zo 'narcistisch' zijn als sommige media doen geloven. Jongeren blijken zeker bereid om op verschillende manieren een bijdrage te leveren aan de samenleving.

15.1 Inleiding

Een terugkerend onderwerp in de media is de bezorgdheid over de sociale betrokkenheid van jongeren. De 'jeugd van tegenwoordig' is narcistisch, houdt zich bezig met mode, mobieltjes en hyves en heeft te weinig oog voor de samenleving, zo luidt de klacht (Bergsma & Schöttelndreier, 2008; SCP, 2008). Mede hierdoor is er in het overheidsbeleid steeds meer aandacht voor de maatschappelijke participatie van de jeugd. Het kabinet heeft een minister voor Jeugd & Gezin en in het onderwijs wordt de maatschappelijke stage ingevoerd om middelbare scholieren 'kennis te laten maken met de samenleving'.

In deze special besteden we aandacht aan het geefgedrag van jongeren.¹ Wat geven jongeren eigenlijk aan goededoelenorganisaties? Welke soorten organisaties hebben hun voorkeur? Waarom geven jongeren? De antwoorden op deze vragen zijn interessant omdat ze een beeld kunnen schetsen van het geefgedrag in de toekomst. Wat zullen de jongeren van tegenwoordig geven als ze volwassen zijn geworden? We beantwoorden deze vragen met

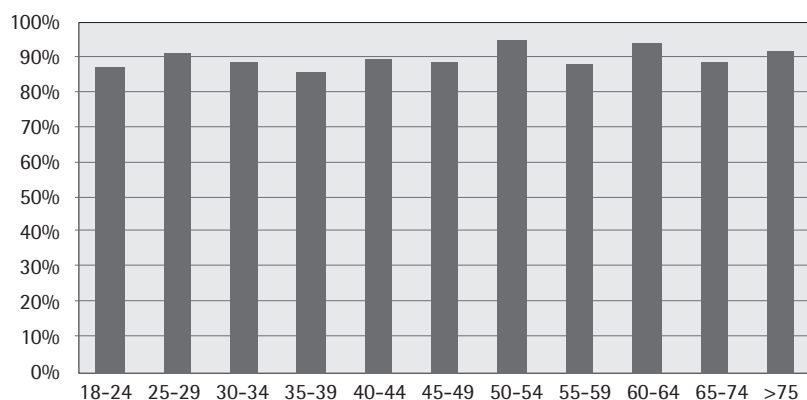
¹ We beschouwen mensen in de leeftijdscategorie tussen 18 en 34 jaar als 'jongeren'

analyses van twee gegevensbestanden. Uit het *Geven in Nederland*-onderzoek krijgen we een beeld van het geefgedrag van zelfstandig wonende jongvolwassenen in Nederland (18-34 jaar). Landelijk representatieve gegevens over jongeren onder de 18 jaar zijn niet beschikbaar. Wel hebben we de beschikking over gegevens uit onderzoek naar giften aan de 3fm Serious Request actie van 2007. Aan deze actie geven relatief veel jongeren.

15.2 Geven door jongere huishoudens

In figuur 15.1 is het percentage van de GIN respondenten weergegeven dat in 2007 gegeven zegt te hebben aan goededoelenorganisaties voor elf leeftijdsgroepen. Let wel: jongeren in het *Geven in Nederland*-onderzoek zijn zelfstandige jongeren, die alleen of met partner en eventueel kinderen een huishouden vormen, inclusief uitwonende studenten.

Figuur 15.1 Percentage van de respondenten dat geeft aan goededoelenorganisaties in elf leeftijdsgroepen

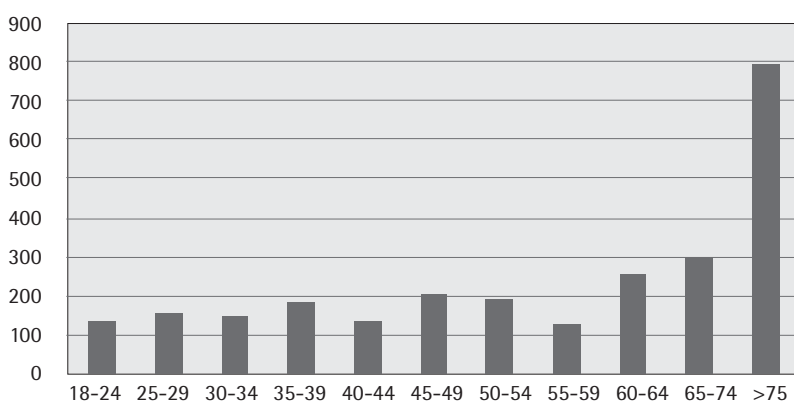


We zien in deze figuur eigenlijk helemaal geen grote verschillen. Er is geen sterk verband tussen de leeftijd en de kans om te geven aan goededoelenorganisaties. Het percentage van de huishoudens dat geeft aan goededoelenorganisaties schommelt tussen de 85 en 95. De jongste drie leeftijdsgroepen geven niet minder vaak dan de oudere leeftijdsgroepen. De groep 35-39 jarigen geeft het minst vaak. Het vaakst geven de 50-54 jarigen. Kort samengevat: alle Nederlanders geven aan goede doelen, zowel jong als oud.

In figuur 15.2 geven we het gemiddelde bedrag weer dat door respondenten in de elf leeftijdscategorieën wordt gegeven. In deze figuur zien we wel opvallend grote verschillen tussen jongere en middelbare respondenten en respondenten in de hoogste leeftijdscategorieën. We zien een toename van giften met de leeftijd: de drie jongste leeftijdsgroepen geven lagere bedragen dan de oudere groepen. De 75-plussers geven verreweg het meest, gemiddeld bijna € 800. Maar ook de 60-64 jarigen geven flink meer dan de 18-24 jarigen: bijna het dubbele. Deze bevinding komt overeen met resultaten op basis van eerdere *Geven in Nederland*-onderzoeken (Bekkers, 2007). Jongeren onder 25 jaar gaven in het eerste

Geven in Nederland-onderzoek van 1995 gemiddeld slechts € 30 (gecorrigeerd voor inflatie). Maar tien jaar later, in 2005, gaf dezelfde groep huishoudens – intussen 25 tot 35 jaar oud – gemiddeld € 183. Een belangrijke verklaring voor deze stijging ligt in de toegenomen financiële mogelijkheden en zekerheden van deze groep huishoudens. Eenzelfde levensfase effect zien we overigens ook onder de groep 65-plussers uit 1995. Deze groep gaf in 1995 nog gemiddeld € 414. In 2005 gaf dezelfde groep – intussen 75-plussers geworden – gemiddeld € 572.¹ Met het naderen van het levenseinde nemen de giften sterk toe. Internationaal gezien is de bevinding echter een uitzondering op de regel. In het meeste onderzoek uit het buitenland (doorgaans de VS) blijkt namelijk een toename van giften met de leeftijd die na 75 jaar weer afbuigt naar beneden (Bekkers & Wiepking, 2007).

Figuur 15.2 Totaalbedrag aan giften in elf leeftijdsgroepen

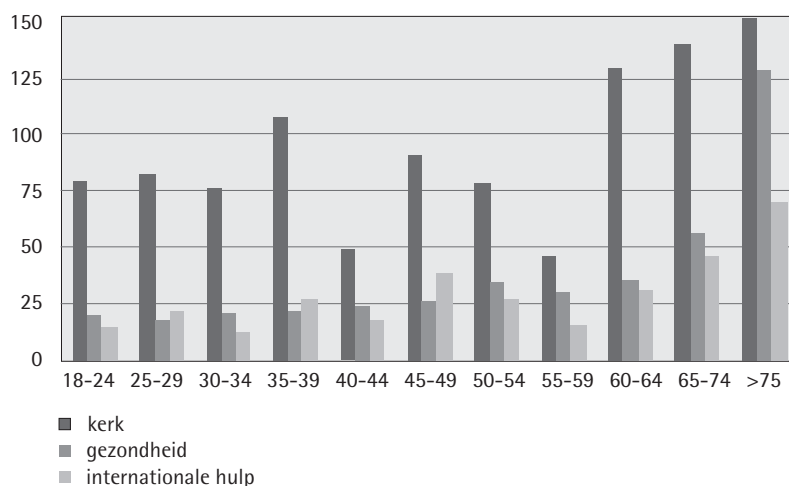


In figuur 15.3 is de hoogte weergegeven van giften in de elf leeftijdsgroepen in drie goede-doelensectoren: kerk en levensbeschouwing, gezondheid en internationale hulp. Dit zijn de doelen waar Nederlandse huishoudens per jaar het meest aan geven. De cijfers zijn inclusief de huishoudens die niet aan deze doelen geven, zij zijn op 0 gesteld.

We zien dat de jongste drie leeftijdsgroepen (18-24, 25-29 en 30-34 jaar) toch gemiddeld iets meer dan € 75 geven aan kerk en levensbeschouwing. Dit bedrag is niet lager dan de gemiddelde gift onder 35-64 jarigen. Giften aan doelen op het terrein van gezondheid nemen wel toe met de leeftijd. Ook giften aan internationale hulp nemen toe met de leeftijd, ook al is er een dip in de 50-64 jarigen. We zien in alle drie de sectoren dat 65-plussers (veel) meer geven dan jongere huishoudens.

¹ Wederom gecorrigeerd voor inflatie.

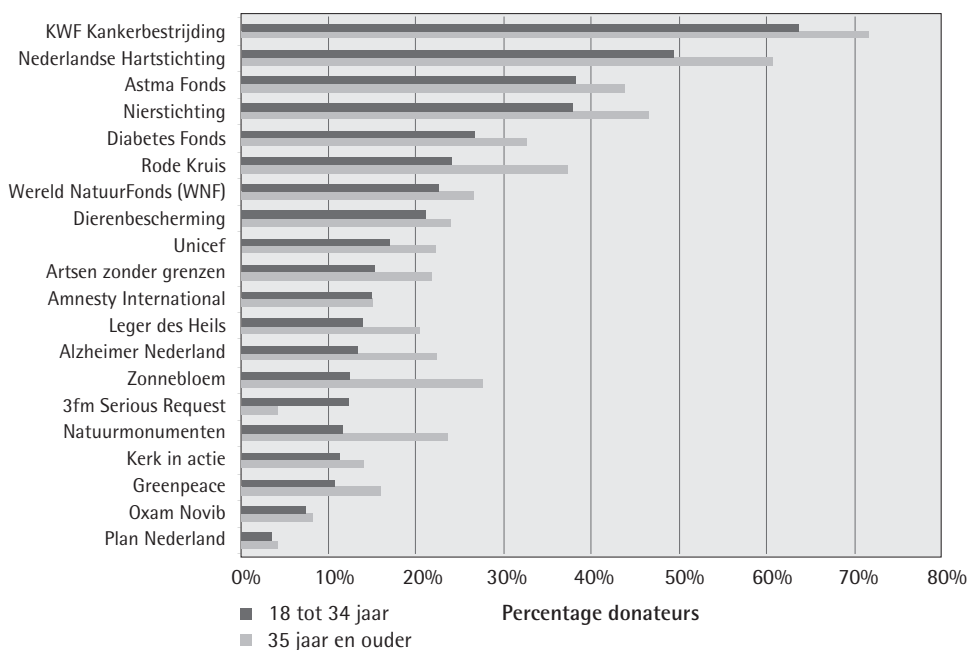
Figuur 15.3 Gemiddelde gift in drie sectoren in elf leeftijdsgroepen



NB De hoogte van giften aan de kerk onder de 75-plus huishoudens is niet volledig weergegeven in de grafiek. Deze waarde is € 502.

In figuur 15.4 staat het percentage 'jongere' (< 35 jaar) en 'oudere' (> 35 jaar) huishoudens weergegeven dat zegt geld te geven aan de twintig specifieke goede doelen die zijn opgenomen in het *Geven in Nederland*-onderzoek. Zowel onder jongeren als ouderen zijn gezondheidsdoelen, zoals KWF Kankerbestrijding en de Nederlandse Hartstichting, het populairst. Dit effect kan grotendeels worden verklaard doordat gezondheidsdoelen vaker geld inzamelen via huis-aan-huis collectes (Wiepking, 2008). Hierdoor bereiken ze gemiddeld een groot aantal donateurs. Daar staat tegenover dat de gemiddelde donatie aan gezondheidsdoelen lager is dan de gemiddelde donatie aan bijvoorbeeld doelen op het gebied van internationale hulp, zoals Plan Nederland en Oxfam Novib. Uit figuur 15.4 blijkt verder dat jongeren en ouderen in grote lijn de voorkeur aan dezelfde doelen geven. Het minst populair zijn doelen op het gebied van internationale hulp. Het enige doel waaraan meer jongeren dan ouderen geven is de 3fm Serious Request actie, waar we later in dit hoofdstuk verder op ingaan. Duidelijk minder populair onder jongeren dan onder ouderen zijn doelen die zich (voornamelijk) richten op ouderen, zoals de Zonnebloem en Alzheimer Nederland.

Figuur 15.4 Percentage giften aan specifieke goede doelen onder 'jongere' (<35) en 'oudere'(> 35) huishoudens



Welke jongeren geven?

In paragraaf 1.5 hebben we gezien welke kenmerken van huishoudens samengaan met een hogere kans om te geven en hogere gemiddelde giften. In tabel 15.1 van deze special hebben we weergegeven hoe deze verbanden liggen voor twee groepen respondenten: de jongere huishoudens van 18–34 jaar en de oudere huishoudens van 35 jaar en ouder.

We zien dat geefgedrag onder jongere huishoudens samengaat met een kleiner aantal kenmerken dan geefgedrag onder oudere huishoudens. Onder de jongere huishoudens blijken alleen kerkelijke verbondenheid (Hervormd, gereformeerd of overig), het bezit van een eigen huis en vertrouwen in goededoelenorganisaties samen te gaan met een hogere kans om te geven. Giften zijn hoger onder jongere huishoudens met een HBO/WO diploma, huishoudens met thuiswonende kinderen, huishoudens die vaker de kerk bezoeken, kerkelijk verbonden zijn en een inkomen behorende bij de twintig procent hoogste inkomens van Nederland (het hoogste kwintiel).

Dat de (grotere) gevers onder jongere huishoudens een minder uitgesproken profiel hebben dan de gevers onder de groep oudere huishoudens komt gedeeltelijk doordat deze groep nog niet 'gesetteld' is en levensomstandigheden zich nog kunnen uit kunnen kristalliseren. Er bestaan weinig verschillen tussen jongeren in kenmerken die geefgedrag voorspellen. Lang niet alle respondenten in de jongere huishoudens hebben hun opleidingscarrière al afgesloten of bezitten al een eigen huis. Ook het inkomen zal nog toene-

men in de loop van het leven. Verschillen in geefgedrag tussen mensen ontstaan dus pas op latere leeftijd.

Tabel 15.1 Factoren die samenhangen met de kans om te geven en het gemiddelde bedrag aan giften onder 'jongere' (< 35) en 'oudere' (> 35) huishoudens

	<i>Geven nee/ja</i>		<i>Bedrag</i>	
	<i>'Jong'</i>	<i>Ouder</i>	<i>'Jong'</i>	<i>Ouder</i>
Vrouw	0	+	0	0
MBO/HAVO/VWO	0	+	0	0
HBO/WO	0	+	+	+
Geboren voor 1941	0	0	n.v.t.	+
Grote stad	0	-	0	+
Katholiek	0	+	0	0
Hervormd	+	+	+	+
Gereformeerd	+	+	+	+
Overige religie	+	+	+	+
Partner	0	0	0	-
Kinderen	0	0	+	0
Gemiddeld inkomen	0	+	0	0
Hoge inkomens	0	+	0	0
Hoogste inkomens	0	+	+	0
Eigen huis	+	+	0	+
Vermogen	0	0	0	+
Kerkbezoek	0	+	+	+
Altruïstische waarden	0	+	0	+
Vertrouwen	+	+	0	+
Vaak gevraagd	0	+	0	0
Sociale norm	0	+	0	+

Er zijn geen kenmerken die tegenovergestelde verbanden vertonen met geefgedrag onder de 'jongere' en de 'oudere' huishoudens. Voor fondsenwervende organisaties betekent dit dat de jongere gevers er niet veel anders uitzien dan de oudere gevers.

15.3 Give it Away, Give it Away, Give it Away Now!, de 'Serious Request' actie van 3FM en het Rode Kruis

In Nederland worden jaarlijks verschillende terugkerende acties gehouden om geld op te halen voor goede doelen. Een voorbeeld van zo'n actie die zich richt op jongeren, is de 'Serious Request' actie. Deze actie wordt door het radiostation 3fm in de decembermaand georganiseerd om geld op te halen voor het Nederlandse Rode Kruis. Na drie voorgaande succesvolle edities gericht op Darfur, Congo en slachtoffers van landmijnen werd in 2007 geld ingezameld voor een andere stille ramp: het wereldwijde gebrek aan schoon drinkwater.¹ Drie 3fm dj's, Michiel Veenstra, Rob Stenders en Gerard Ekdorf werden zes dagen

¹ In december 2008 is intussen een nieuwe 3fm Serious Request actie gehouden, ditmaal voor vluchtelingen.



opgesloten in een Glazen Huis in Den Haag. Vanuit dit Glazen Huis verzorgden ze een week voor Kerst non-stop radio met voortdurende aandacht voor het goede doel. Luisteraars konden op allerlei manieren geld geven aan de Serious Request actie. De meest populaire manier van geven was het aanvragen van een plaatje. Via internet of de telefoon konden mensen een verzoek doen om hun favoriete liedje op de radio te laten draaien, in ruil voor een donatie van minimaal tien euro. Andere manieren waarop mensen konden bijdragen is door zelf acties te organiseren, bijvoorbeeld met de school of het bedrijf. Naar aanleiding van Serious Request 2007 is een onderzoek uitgevoerd naar de motieven van mensen om deel te nemen aan deze actie. Het onderzoek was gericht op de donaties die mensen via internet hebben gedaan, in ruil voor het aanvragen van een plaatje. Nadat deze mensen een plaatje hadden aangevraagd, werd ze een internetenquête voorgelegd. 82% van de mensen die de enquête hebben geopend, heeft deze ook daadwerkelijk ingevuld. Dit zijn in totaal 8509 respondenten, ongeveer éénderde van het totaal aantal internet donateurs.

De leeftijd van de donateurs die via de Serious Request actie aan het Rode Kruis geven, staat in schril contrast met de leeftijd van de reguliere Rode Kruis donateurs. Gemiddeld zijn mensen die aan het Rode Kruis geven namelijk 51 jaar. De grootste groep Serious Request donateurs is tussen de 26 en 35 jaar, maar ook jongeren tussen 16 en 25 en 'oudere jongeren' met een leeftijd tussen 36 en 45 jaar geven ruimhartig aan de actie. Slechts 8% van de Serious Request donateurs is ouder dan 45 en dus in leeftijd vergelijkbaar met de normale Rode Kruis donateurs.

De belangrijkste reden om te geven die Serious Request donateurs zelf noemen, is het steunen van de actie van 3fm. Deze motivatie wordt door 44% van de donateurs genoemd. Mensen leven mee met de dj's die zes dagen zonder eten opgesloten zitten in het Glazen Huis. Daarnaast noemt 30% van de mensen als motivatie 'het helpen van mensen die geen toegang hebben tot schoon drinkwater'. Deze mensen geven dus aan vooral de uiteindelijke beneficianten van de actie te willen steunen met hun donatie. Slechts 1% van de donateurs zegt geld te geven aan de actie omdat hun plaatje op de radio wordt gedraaid. Deze resultaten dienen echter met enige terughoudendheid te worden geïnterpreteerd. In het algemeen geldt, dat wanneer mensen zelf om de reden voor een donatie wordt gevraagd, zij niet altijd de motivatie zullen noemen die uiteindelijk tot de donatie heeft geleid. Ons gedrag wordt door allerlei factoren gestuurd waarvan we ons niet bewust zijn. Bovendien worden mensen vaak door meerdere factoren tegelijk gemotiveerd voor een donatie. Daardoor hebben mensen vaak moeite om de motivatie voor een donatie aan te geven. Tot slot zijn mensen soms geneigd om sociaal wenselijke antwoorden te geven. Als mensen beseffen dat ze zonder de mogelijkheid een plaatje aan te vragen geen geld hadden overgemaakt, zullen ze dat niet altijd toegeven.

De gemiddelde donatie aan de Serious Request actie is € 31. Dit is flink hoger dan de gemiddelde donatie aan het Rode Kruis in 2007: € 4,30. De gemiddelde donatie aan de Serious Request actie ligt onder andere zo hoog, omdat de minimale donatie aan de actie tien euro bedraagt. Het Rode Kruis ontvangt ook veel donaties van minder dan tien euro. Mannen geven gemiddeld minder vaak, maar wanneer ze geven zijn dat hogere bedragen. 42% van de donateurs is man en geeft gemiddeld 35 euro, terwijl de 58% vrouwelijke donateurs gemiddeld 27 euro geeft. Verder hebben mensen met een hoger inkomen en een



hogere opleiding meer geld gegeven aan de Serious Request actie. Ook blijkt het uit te maken met hoeveel mensen je over de actie hebt gesproken. Mensen die met meer dan tien personen over de actie hebben gesproken, geven gemiddeld 37 euro, terwijl mensen die met minder dan vijf personen over de actie hebben gesproken gemiddeld 28 euro geven. Dit kan enerzijds komen doordat donateurs met meer mensen over de actie praten wanneer ze extra gul hebben gegeven, omdat ze op deze manier kunnen laten zien hoe vrijgevig ze zijn. Anderzijds kunnen donateurs die met meer mensen over de actie praten sterker intrinsiek gemotiveerd zijn voor de actie. In dat geval zijn ze erg begaan met mensen zonder drinkwater, het Rode Kruis of met de 3fm dj's en leidt dit ertoe dat ze zowel met veel mensen over de actie praten als een grote donatie schenken.

Literatuur

- Bekkers, R. (2007). 'Secularisering en filantropie in de 21^e eeuw'. Pp. 190-202 in: Kingma, V. & Van Leeuwen, M.H.D. (Eds.). *Filantropie in Nederland – Voorbeelden uit de periode 1770-2020*. Amsterdam: Aksant
- Bekkers, R. & P. Wiepking (2007). *Generosity and Philanthropy: A Literature Review*. <http://www.fss.uu.nl/soc/homes/bekkers/understanding/>
- Bergsma, A. & M. Schöttelndreier. (2008). Geweldig kwetsbaar. *De Volkskrant*, 15 november 2008, p. 3
- SCP. (2008). *Kwartaalbericht 4. Continue Onderzoek Burgerperspectieven*. Den Haag: SCP
- Wiepking, P. (2008). *For the Love of Mankind. A Sociological Study on Charitable Giving*. Dissertatie, Werkgroep Filantropische Studies, Vrije Universiteit Amsterdam.

HOOFDSTUK 16

Geefgedrag van niet-westerse allochtonen

Samenvatting

Niet-westerse allochtonen geven gezamenlijk bijna 400 miljoen euro. Meer dan de helft van dit bedrag (ongeveer 60%) wordt gestuurd naar de landen van herkomst. De meerderheid van de niet-westerse allochtonen doneert aan goede doelen in Nederland (80%). Allochtonen die geld of goederen sturen naar hun land van herkomst, geven minder vaak aan Nederlandse goede doelen.

Het geefgedrag van Surinamers aan goede doelen in Nederland lijkt het meest op dat van de gemiddelde autochtone Nederlander, zowel qua percentage donateurs als qua gemiddelde donatie. Turken, Marokkanen, Antillianen en Surinamers geven gemiddeld het meest aan levensbeschouwelijke organisaties. Ook goede doelen op het gebied van gezondheid en internationale hulp ontvangen relatief veel giften van niet-westerse allochtonen. Wat betreft manieren van geven vinden we grote verschillen tussen niet-westerse allochtonen en autochtonen voor geven via een vast donateurschap en geven via loterijen. Autochtone Nederlanders geven veel vaker op deze manier dan niet-westerse allochtonen. De helft van de niet-westerse allochtonen stuurt ook geld en goederen naar het land van herkomst (remittances); in geld uitgedrukt is het gemiddeld een veel hoger bedrag dan aan goede doelen in Nederland werd geschonken: 316 versus 211 euro. Remittances worden door de ontvangers vooral besteed aan basisbehoeften. Het geefgedrag van Afghanen richt zich voornamelijk op het land van herkomst.

Niet-westerse allochtonen verrichten minder vaak vrijwilligerswerk dan autochtonen in Nederland. Indien ze als vrijwilliger werken, besteden ze daar gemiddeld ongeveer evenveel tijd aan als autochtonen. Het percentage niet-westerse allochtonen dat vrijwilligerswerk verricht in het land van herkomst is te verwaarlozen.

Niet-westerse allochtonen geven minder aan goede doelen (formeel geven), maar geven meer dan autochtonen aan familie en vrienden (informeel geven). De verklaring hiervoor moet worden gezocht in de verplichtingen die niet-westerse allochtonen voelen ten opzichte van familieleden in het land van herkomst. Indien we formeel en informeel geven samen beschouwen, geven niet-westerse allochtonen gemiddeld een hoger gemiddeld totaalbedrag aan geld en goederen dan autochtone Nederlanders. Surinamers blijken de meest gulle gevers van Nederland.

16.1 Inleiding

In deze special presenteren we de resultaten van de allochtonenstudie van *Geven in Nederland 2009*. We hebben het geefgedrag van vijf groepen niet-westerse allochtonen¹ in Nederland onderzocht: mensen met een Turkse, Surinaamse, Marokkaanse, Antilliaanse en Afghaanse achtergrond. We presenteren achtereenvolgens: de schattingen van de totaalbedragen aan geld en goederen in Nederland en de landen van herkomst, het geefgedrag aan goede doelen in Nederland, het geld en de goederen die zij sturen naar hun land van herkomst, de zogenaamde remittances (zie bijv. Giuliano & Ruiz-Arranz, 2005), de verhouding tussen formele en informele giften en vrijwilligerswerk in Nederland en in het land van herkomst.

16.2 Methoden

De gegevens van deze studie zijn verzameld aan de hand van persoonlijke (face-to-face) interviews onder vijf groepen niet-westerse allochtonen in Nederland. We hebben 109 Afghanen, 156 Antillianen, 161 Marokkanen, 155 Surinamers en 161 Turken geïnterviewd aan de hand van gestructureerde vragenlijsten in het Nederlands, ook zijn 156 autochtonen geïnterviewd. De leeftijd van de respondenten varieerde van 18 tot 85 jaar. De steekproef is een quotasteekproef. We hebben quota gesteld op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en regio om tot een representatieve steekproef van de verschillende etnische groepen te komen. Het veldwerk van dit onderzoek is uitgevoerd door Veldkamp Marketing Research B.V.

16.3 Totaal aan geld en goederen in Nederland en land van herkomst

We presenteren schattingen van de totaalbedragen van het geld en de goederen die werden gegeven in Nederland en het land van herkomst. In de eerste kolom van tabel 16.1 treft u het gemiddeld bedrag per huishouden aan giften in Nederland aan. In de tweede kolom staan de gemiddelde bedragen per huishouden aan giften aan het land van herkomst. Vervolgens rapporteren we het aantal huishoudens per groep in Nederland. In de laatste kolom treft u de schattingen van de totaalbedragen aan. Deze schattingen zijn gebaseerd op de gemiddelde bedragen per huishouden en het aantal huishoudens.

¹ Niet-westerse allochtonen in Nederland zijn mensen die zelf of waarvan een van de ouders in Afrika, Latijns-Amerika of Azië (exclusief Indonesië en Japan) geboren zijn (CBS, 2009).

Tabel 16.1 Totaalbedragen Geld en Goederen: Nederland en Land van Herkomst¹

<i>Geld en Goederen</i>	<i>Nederland gemiddeld bedrag in €</i>	<i>Land van herkomst gemiddeld bedrag in €</i>	<i>Aantal huishoudens</i>	<i>Totaalbedrag (in miljoenen €)</i>
Turken	263	348	134.039	82
Marokkanen	141	201	113.324	39
Surinamers	207	447	164.250	107
Antillianen	194	286	66.091	32
Afghanen	143	385	12.906	7
Overige niet-westerse allochtonen*	211	316	249.919	132
Totaal niet-westerse allochtonen	211	316	740.529	399
Totaal westerse allochtonen**	277	onbekend	974.278	270
Totaal autochtonen	277	nvt	5.475.533	1.518

- 1 We beschouwen het gewogen gemiddelde van de vijf groepen allochtonen die we onderzocht hebben als representatief voor de overige niet-westerse allochtonen (zie methodologische verantwoording).
- 2 We zijn ervan uitgegaan dat het geefgedrag van westerse allochtonen gelijk is aan dat van autochtonen (zie methodologische verantwoording).

Niet-westerse allochtonen gaven gezamenlijk bijna 400 miljoen euro. Meer dan de helft van dit totaalbedrag (ongeveer 60%) stuurden zij naar de landen van herkomst.

Drieënveertig procent van de niet-westerse allochtonen gaf zowel aan Nederlandse goede doelen als aan het land van herkomst. Ook bleek een substantieel deel (40%) van de niet-westerse allochtonen alleen aan Nederlandse goede doelen te geven en dus niet (meer) aan het land van herkomst. De meerderheid van de niet-westerse allochtonen doneerde aan goede doelen in Nederland (80%). Voor de afzonderlijke etnische groepen gold dat Surinamers het vaakst gaven aan goede doelen in Nederland (87%) en Marokkanen het minst vaak (70%). Het percentage van niet-westerse allochtonen dat gaf aan Nederlandse goede doelen lag wel lager onder allochtonen die remittances stuurden naar het land van herkomst (ongeveer 50%). Ofwel, niet-westerse allochtonen die geld of goederen stuurden naar het land van herkomst gaven minder vaak aan Nederlandse goede doelen.

Het aantal niet-westerse allochtonen dat noch remittances stuurde en noch doneerde aan Nederlandse goede doelen, bedroeg 13%. Er waren verschillen naar etnische herkomst: slechts 8% van de Surinamers gaf helemaal niet, tegenover ongeveer 20% bij de andere groepen.

16.4 Geven aan Nederlandse goede doelen

In deze paragraaf brengen we het geefgedrag van niet-westerse allochtonen aan Nederlandse goede doelen in beeld.

¹ Totaalbedragen zijn gebaseerd op 740.529 niet-westerse allochtone huishoudens in Nederland en gewogen op basis van WEEG2 (zie methodologische verantwoording).

16.4.1 Hoe geven niet-westerse allochtonen aan Nederlandse goede doelen?

We hebben de respondenten gevraagd hoe zij gaven aan Nederlandse goede doelen.

Tabel 16.2 Manieren van geven jaar onder niet-westerse allochtonen en autochtonen (in %)¹

	<i>Turken</i> (n = 161)	<i>Marokkanen</i> (n = 161)	<i>Surinamers</i> (n = 155)	<i>Antillianen</i> (n = 156)	<i>Afghanen</i> (n = 109)	<i>Autochtonen</i> (n = 1145)
<i>A. Gepland geven</i>						
vast donateurschap	14	9	22	22	6	47
vaste bijdrage levens- beschouwelijke organisatie	16	34	17	14	14	30
vaste inhouding op loon	1	1	2	–	–	3
periodieke schenking	1	–	–	1	1	2
<i>B. Spontaan geven</i>						
huis-aan-huis-collecte	50	44	55	53	54	86
collecte op straat	17	20	30	37	37	43
iemand sponsoren	11	10	16	10	9	55
collecte in de kerk	20	18	13	25	21	37
collecte via vereniging	4	2	5	4	7	20
collecte in de winkel	10	10	15	21	19	26
collecte op het werk	5	2	7	4	4	11
televisieactie	7	5	8	4	4	14
brief met acceptgiro	4	3	8	6	5	23
via internet	4	1	1	3	–	6
collecte tijdens manifestatie	3	1	4	2	4	14
na oproep in geschreven pers	1	1	1	–	–	4
goederen verkopen	4	1	6	1	6	11
<i>C. Spontaan geven met profijt/kopen voor een goed doel</i>						
meespelen in Loterij*	9	6	24	18	12	65
iets kopen in wereldwinkel	2	2	3	3	4	35
entree betalen voor lief- dadigheidsbijeenkomst	3	3	1	3	2	9
iets kopen op liefdadig- heidsbijeenkomst	6	1	7	3	7	25
iets kopen aan de deur	8	6	15	10	12	31
<i>D. kleding in container doen</i>						
	33	28	35	49	57	77
<i>E. op andere manieren</i>						
	8	7	9	7	14	16

* In deze categorie valt meespelen in de Nationale Postcode Loterij, Sponsor Bingo Loterij, Lotto en andere loterijen.

¹ Percentages zijn gebaseerd op WEEG2 (zie methodologische verantwoording).

De meest voorkomende manier van geven was doneren via huis-aan-huis collectes. Het percentage gevers via huis-aan-huis collectes verschilde tussen niet-westerse allochtonen en autochtonen. 86% van de autochtonen gaf op deze manier en bij niet-westerse allochtonen varieerde dit percentage tussen 44% (Marokkanen) en 55% (Surinamers). Het inleveren van kleding was ook populair onder niet-westerse allochtonen en autochtonen. Opnieuw was het percentage dat aangaf zo gegeven te hebben onder autochtonen hoger (77%) dan onder niet-westerse allochtonen. Deze manier van geven was vooral populair onder de Antillianen (57%) en Afghanen (49%).

Grote verschillen tussen autochtonen en niet-westerse allochtonen vonden we op het gebied van gepland geven en het geven via loterijen. Bijna de helft van de autochtonen (45%) gaf via vast donateurschap aan een goed doel. Die percentages lagen onder niet-westerse allochtonen veel lager en varieerden van 6% (Afghanen) tot 22% (Antillianen en Surinamers). Dertig procent van de autochtone Nederlanders gaf een vaste bijdrage aan kerk of levensbeschouwelijke organisatie. Alleen Marokkanen gaven nog vaker op deze manier (34%); deze manier van geven was minder populair onder de andere groepen (rond 15%). Een ander opvallend verschil tussen autochtonen en allochtonen was geven via meespelen aan loterijen. 65% van de autochtonen speelde mee in een loterij. Deze percentages lagen veel lager onder de niet-westerse allochtonen, namelijk tussen de 6% (Marokkanen) en 24% (Surinamers).

16.4.2 Aan welke type goede doelen doneren niet-westerse allochtonen?

De levensbeschouwelijke instellingen ontvingen verreweg het grootste bedrag aan giften en goederen (59 miljoen euro)¹ van niet-westerse allochtonen in Nederland, gevolgd door maatschappelijke en sociale doelen (26 miljoen euro), internationale hulp (22 miljoen euro) en gezondheid (18 miljoen euro). De overige goede doelen stonden niet in de belangstelling van niet-westerse allochtonen.

Tabel 16.3 Donaties van niet-westerse allochtonen per sector: Geld en goederen²

	Percentage donateurs	Gemiddeld gegeven bedrag door donateurs (in €)	Totaal bedrag (in miljoenen €)
Levensbeschouwing	36	220	59
Gezondheid	53	45	18
Internationale hulp	30	98	22
Milieu & Natuurbehoud	4	54	2
Dierenbescherming	7	34	2
Onderwijs & onderzoek	6	84	4
Cultuur	3	36	1
Sport & Recreatie	4	33	1
Maatschappelijke & Sociale doelen	29	120	26
Anders	16	188	22

1 In dit bedrag is niet de verplichte bijdrage van Moslims aan de moskee (zakaat) opgenomen.

2 Schattingen zijn gebaseerd op 740.529 niet-westerse allochtone huishoudens in Nederland en gewogen op basis van WEEG2 (zie methodologische verantwoording).

We vonden verschillen tussen de verschillende etnische groepen wat betreft het percentage donateurs per sector.

Tabel 16.4 Percentage donateurs: Geld en goederen per sector¹

	<i>Percentage Turken (n = 161)</i>	<i>Percentage Marokkanen (n = 161)</i>	<i>Percentage Surinamers (n = 155)</i>	<i>Percentage Antillianen (n = 156)</i>	<i>Percentage Afghanen (n = 109)</i>	<i>Percentage Autochtonen (n = 1772)</i>
Levensbeschouwing	47	44	20	33	28	35
Gezondheid	43	43	61	46	44	80
Internationale hulp	22	22	37	24	26	47
Milieu & Natuurbehoud	2	1	7	3	1	42
Dierenbescherming	6	4	8	13	5	26
Onderwijs en Onderzoek	7	2	5	3	12	8
Cultuur	2	2	5	–	5	11
Sport en Recreatie	3	2	6	4	2	16
Maatschappelijke en sociale doelen	21	4	36	37	33	48
Anders	7	4	7	7	8	3

Het percentage donateurs was het hoogst onder Turken en Marokkanen voor levensbeschouwelijke organisaties. Het percentage gevers aan deze sector was onder deze groepen ook hoger dan onder autochtonen en het percentage Surinaamse donateurs aan levensbeschouwelijke organisaties was opvallend laag. Het percentage autochtone, Surinaamse, Antilliaanse en Afghaanse donateurs was het hoogst voor organisaties die zich richten op gezondheid. Autochtonen gaven naar verhouding het vaakst aan dergelijke organisaties. Niet-westerse allochtonen doneerden ook relatief vaak aan organisaties die zich richten op maatschappelijke en sociale doelen en internationale hulp.

Tabel 16.5 Gemiddeld bedrag onder donateurs: geld en goederen per sector²

	<i>Turken (n = 161)</i>	<i>Marokkanen (n = 161)</i>	<i>Surinamers (n = 155)</i>	<i>Antillianen (n = 156)</i>	<i>Afghanen (n = 109)</i>	<i>Autochtonen (n = 1772)</i>
Levensbeschouwing	239	175	177	137	82	366
Gezondheid	46	31	55	41	44	48
Internationale hulp	113	97	101	89	101	91
Milieu en natuurbehoud	36	20	54	50	26	49
Dierenbescherming	35	21	37	45	25	22
Onderwijs en onderzoek	65	17	169	169	73	36
Cultuur	27	13	31	–	36	31
Sport en recreatie	26	31	39	51	27	38
Maatschappelijke en sociale doelen	67	62	155	143	72	53
Anders	165	197	188	194	143	74

1 Percentages zijn gebaseerd op WEEG1 (zie methodologische verantwoording).

2 Percentages zijn gebaseerd op WEEG1 (zie methodologische verantwoording).

Levensbeschouwelijke organisaties ontvingen, met uitzondering van de Afghanen, de hoogste gemiddelde donatie van hun donateurs. Ook de gemiddelde bijdragen van donateurs aan organisaties die zich richten op internationale hulp en maatschappelijke en sociale doelen waren relatief hoog. De gemiddelde bijdrage aan organisaties die zich richten op milieu en natuurbehoud, dierenbescherming, cultuur en sport en recreatie was laag en gecombineerd met het lage percentage gevers ontving dit type goede doelen de kleinste bijdragen. De geringe populariteit van dit type goededoelenorganisaties onder niet-westerse allochtonen was al uit eerder onderzoek gebleken (Carabain, 2008).

16.4.3 Hoe bekend zijn goede doelen onder niet-westerse allochtonen?

We hebben de respondenten gevraagd een aantal goede doelen te noemen. Op basis van de antwoorden is een top tien samengesteld van de spontane merkbekendheid van goede doelen onder niet-westerse allochtonen.

Tabel 16.6 Spontane Merkbekendheid Goede Doelen (n = 742)

<i>Goededoelenorganisaties</i>	<i>Percentage</i>
KWF Kankerbestrijding	28
Nederlandse Hartstichting	23
Rode Kruis	20
Unicef	15
Greenpeace	13
Nierstichting	12
Wereld Natuur Fonds	10
Artsen zonder Grenzen	5
Astmafonds	5
Nationale Postcode Loterij	5

KWF Kankerbestrijding is het goede doel met de hoogste spontane merkbekendheid onder niet-westerse allochtonen in Nederland. Meer dan een kwart van de respondenten noemde deze organisatie. De Nederlandse Hartstichting en het Rode Kruis genieten ook een relatief grote bekendheid onder niet-westerse allochtonen. Verder is het opvallend dat de Nationale Postcode Loterij ook in deze top tien voorkomt. Dit is namelijk geen goed doel, maar werd door de respondenten blijkbaar wel als dusdanig beschouwd. Daarnaast is het opmerkelijk dat in deze top tien geen enkele organisatie (noch in Nederland, noch in land van herkomst of elders) voorkomt die zich specifiek op niet-westerse allochtonen richt. We troffen geen grote verschillen in spontane merkbekendheid van de goede doelen aan tussen de verschillende etnische groepen. Er was wel sprake van een verschil tussen deze groepen betreffende de percentages van respondenten die geen enkel goed doel noemden. Dit varieerde van 7% van de Surinamers tot 23% van de Afghanen.

16.5 Geven aan het land van herkomst

Migranten geven niet alleen aan goede doelen in Nederland, maar zij geven ook aan hun land van herkomst, de zogenaamde remittances. Zij kunnen deze remittances vanuit Nederland naar het land opsturen, maar ook meenemen wanneer zij naar het land van herkomst reizen en daar het geld en de goederen ter plekke geven.

16.5.1 Hoeveel geld en goederen werden gestuurd naar de landen van herkomst?

Ongeveer de helft van de niet-westerse allochtonen stuurde remittances naar het land van herkomst. In de eerste kolom van tabel 16.7 treft u het percentage van huishoudens die remittances sturen naar het land van herkomst aan. In de tweede kolom staan de gemiddelde bedragen per huishouden voor het land van herkomst. Vervolgens rapporteren we in de derde kolom het aantal huishoudens per groep in Nederland. In de vierde kolom treft u de totaalbedragen van remittances aan. De schattingen van de totaalbedragen aan remittances zijn gebaseerd op het aantal huishoudens dat remittances stuurt, het gemiddelde bedrag dat donateurs sturen en het aantal huishoudens.

Tabel 16.7 Remittances: Totaal bedragen Geld en Goederen

	<i>Percentage dat remittances stuurt</i>	<i>Gemiddeld bedrag per huishouden aan remittances (in €)</i>	<i>Aantal huishoudens</i>	<i>Totaalbedrag aan remittances (in miljoenen €)</i>
Turkije	46	624	134.039	38
Marokko	56	357	113.324	23
Suriname	51	761	164.250	63
Nederlandse Antillen	41	857	66.091	23
Afghanistan	54	825	12.906	6
Overige niet-westerse allochtonen*	49	632	249.919	78
Totaal niet-westerse allochtonen	740.529	49		231

* Het gemiddeld bedrag aan remittances en het percentage zenders van de overige niet-westerse allochtonen zijn het gewogen gemiddelde van de vijf door ons onderzochte groepen allochtonen (zie methodologische verantwoording).

Het gemiddelde bedrag per niet-westerse allochtone donateur aan remittances (316 euro) is veel hoger dan het gemiddelde bedrag aan Nederlandse goede doelen (211 euro). We schatten dat alle niet-westerse allochtonen samen ongeveer een kwart miljard euro in geld en goederen naar het land van herkomst stuurden (remittances).

Box 4 In hoeverre verschilt het geefgedrag van niet-westerse allochtonen naar generatie?

Men zou verwachten dat eerste generatie allochtonen meer geneigd zijn om remittances te sturen en tweede generatie allochtonen meer geneigd zijn om geld te doneren aan goede doelen in Nederland.

Tabel 16.8 Geefgedrag niet-westerse allochtonen, naar generatie (n = 742)

	<i>Percentage gevers: Goede doelen in Nederland</i>	<i>Gemiddeld bedrag (in €) onder donateurs</i>	<i>Percentage zenders remittances</i>	<i>Gemiddeld bedrag (in €) onder gevers</i>
Eerste generatie (n = 554)	80	283	50	730
Tweede generatie (n = 188)	80	204	50	304

Er is geen verschil tussen het percentage eerste of tweede generatie allochtonen dat aan goede doelen in Nederland schonk of dat remittances stuurde naar het land van herkomst. De percentages waren zelfs exact gelijk. Echter, de eerste generatie gaf wel een hoger gemiddeld bedrag dan de tweede generatie. Dit gold zowel voor donaties aan goede doelen in Nederland als aan remittances voor het land van herkomst. De lagere gemiddelde bedragen kunnen we mogelijk verklaren aan de hand van de verschillen in gemiddelde leeftijd tussen de eerste generatie (43 jaar) en de tweede generatie (25 jaar). In de special over het geefgedrag van jongeren in dit boek laten we zien dat jongeren minder dan ouderen geven. Het ontbreken van verschillen tussen de eerste en tweede generatie niet-westerse allochtonen in percentage zenders kunnen we mogelijk verklaren omdat beide generaties zich in hoge mate verantwoordelijk voelen voor de financiële situatie van familieleden en vrienden in het land van herkomst.

Het behoren tot de eerste of tweede generatie is dus niet voorspellend voor het geefgedrag van niet-westerse allochtonen wat betreft het percentage donateurs. De eerste generatie gaf wel gemiddeld hogere bedragen dan de tweede generatie.

16.5.2 Aan wie werden de remittances gestuurd?

We maken een onderscheid tussen familie, vrienden, geloofsverwanten, dorps-/stadsgenoten, zakelijke contacten en goede doelen in het land van herkomst.¹

Tabel 16.9 Ontvangers Remittances

	<i>Percentage Turken (n = 68)</i>	<i>Percentage Marokkanen (n = 79)</i>	<i>Percentage Surinamers (n = 82)</i>	<i>Percentage Antillianen (n = 66)</i>	<i>Percentage Afghanen (n = 63)</i>
Familie	85	93	86	95	59
Vrienden	9	11	15	8	17
Geloofsverwanten	1	–	2	2	2
Dorps- en stadsgenoten	12	11	1	–	10
Zakelijke contacten	–	–	–	2	–
Goede doelen	9	7	13	1	33
Overige	11	8	5	–	24

Verreweg het grootste deel van de remittances (87%) was bestemd voor familieleden. Afghanen en Surinamers waren meer geneigd geld of goederen naar vrienden te sturen dan de andere etnische groepen. Het sturen van remittances naar dorps- of stadsgenoten kwam het meest voor onder Turken, Marokkanen en Afghanen. Opvallend is dat ongeveer een tiende van de onderzochte allochtonen (en bij Afghanen zelfs een derde) geld en/of goederen schonk aan goede doelen in het land van herkomst.

Tabel 16.10 Goede doelen per sector in het land van herkomst (n = 32)

	<i>Percentage gevers</i>
Levensbeschouwing	3
Gezondheid	14
Internationale hulp	17
Milieu en natuurbehoud	–
Dierenbescherming	–
Onderwijs en onderzoek	8
Cultuur	–
Sport en recreatie	–
Maatschappelijke en sociale doelen	58
Overige goededoelenorganisaties	14

Niet-westerse allochtonen doneerden het vaakst aan maatschappelijke en sociale goede doelen in het land van herkomst. Meer dan de helft van deze donateurs gaf aan doelen in deze sector. Opvallend is het geringe percentage gevers aan kerk of moskee, hierin week het geefgedrag aan goede doelen in het land van herkomst af van dat in Nederland.

¹ Giften aan goede doelen in het land van herkomst vallen ook onder remittances.

16.5.3 Aan wat werden de remittances besteed?

We onderscheiden drie categorieën: basisbehoeften, sociale behoeften en zakelijke activiteiten. Onder basisbehoeften verstaan we voedsel, onderdak, onderwijs, medische zorg en dergelijke. De overgrote meerderheid van de niet-westerse allochtonen die remittances stuurde gaf aan dat het meestal werd gebruikt voor basisbehoeften.

Tabel 16.11 Besteden van remittances

	<i>Percentage Turken (n = 68)</i>	<i>Percentage Marokkanen (n = 79)</i>	<i>Percentage Surinamers (n = 82)</i>	<i>Percentage Antillianen (n = 66)</i>	<i>Percentage Afghanen (n = 63)</i>
Basisbehoeften	83	87	80	82	89
Sociale behoeften	34	31	49	65	38
Zakelijke activiteiten	3	1	4	2	2
Overige	3	5	3	4	6

Antilliaanse en Surinaamse ontvangers van remittances gaven het vaker uit aan sociale behoeften dan de andere etnische groepen. Onder sociale behoeften verstaan we zaken als kleding, luxe artikelen, mobiele telefoons, bijdrage aan bruiloften, et cetera. Een bijzonder klein deel van de remittances werd aan zakelijke activiteiten besteed.

Box 5 Islamitisch geven

De Islam heeft een eeuwenoude geeftraditie. We onderzochten twee specifieke aspecten van Islamitisch geven; zakaat en sadaqah. Zakaat is de derde van de vijf zuilen van Islam en is de verplichte aalmoes voor elke moslim met een minimum aan bezittingen (nissâb). Moslims hebben ook een traditie van vrijwillig geven, sadaqah. Eerder onderzoek liet zien dat de meeste Nederlandse Moslims zakaat als verplichte en sadaqah als vrijwillige aalmoes beschouwden (Carabain, 2008). In tabel 16.12 worden de percentages gevers genoemd van respondenten die zichzelf als Moslim identificeren.

Tabel 16.12 Islamitisch Geven (n = 403)

	<i>Percentage gevers via de moskee</i>	<i>Percentage gevers op andere manier</i>	<i>Totaal percentage gevers</i>	<i>Gemiddeld bedrag onder gevers in €</i>
Zakaat	50	20	70	124
Sadaqah	39	22	61	113

De meerderheid van de Islamitische respondenten betaalde zakaat en sadaqah, namelijk 70% en 61%. Zakaat werd relatief vaker via de moskee betaald dan sadaqah. Gevers van zakaat betaalden gemiddeld 124 euro. Het gemiddelde bedrag aan sadaqah bedroeg gemiddeld 113 euro. De sadaqah is opgenomen bij de eerder gerapporteerde giften. Echter, dit geldt niet voor de verplichte aalmoes, zakaat. Gegeven het verplichte karakter van deze gift beschouwen we zakaat niet als filantropisch gedrag.

16.6 Formeel en Informeel geven

Met formeel geven wordt het geven aan zaken voor het algemeen nut, zoals het geven aan goede doelen aangeduid. Daarentegen, informeel geven is het geven dat zich richt op familie en vrienden ((zie bijvoorbeeld Osili & Du, 2005). Het geven van geld of goederen aan familie in Nederland of in het land van herkomst valt onder dit informele geven.

Tabel 16.13 Informeel Geven in Nederland: Geld en Goederen

	<i>Aantal huishoudens</i>	<i>Percentage dat geeft aan familie in Nederland</i>	<i>Gemiddeld bedrag per huishouden aan familie in Nederland (in €)</i>	<i>Totaalbedrag aan familie in Nederland (in €)</i>
Turkije	134.039	7,4	425	4.214.474
Marokko	113.324	10,6	725	8.706.915
Suriname	164.250	14,1	702	16.253.303
Nederlandse Antillen	66.091	15,9	520	5.465.888
Afghanistan	12.906	2,1	363	98.330
Overige niet-westerse allochtonen*	249.919	11,4	622	17.696.162
Totaal niet-westerse allochtonen	740.529	11,4	622	52.435.072
Westerse allochtonen**	974.278	12,6	966	118.564.487
Autochtonen***	5.475.533	12,6	966	666.343.447
Totaal	7.190.340			837.343.006

* Gemiddelden zijn gebaseerd op het gewogen gemiddelde van de vijf onderzochte groepen allochtonen.

** Het bedrag van westerse allochtonen is gelijk gesteld aan dat van autochtonen. In het geval van schenken aan familie in Nederland zou dit mogelijk tot een onderschatting hebben kunnen leiden, omdat zij mogelijk aan familie in hun westerse land van herkomst schenken. We kunnen hier geen uitspraken over doen omdat wij geen westerse allochtonen in onze steekproef hadden.

*** Gemiddelden zijn gebaseerd op de huishoudenstudie van Geven in Nederland 2009.

Autochtonen en niet-westerse allochtonen gaven gemiddeld ongeveer even vaak aan familie in Nederland, namelijk één op de acht huishoudens. Echter, het gemiddelde bedrag dat niet-westerse allochtone gevers schonken (622 euro) lag aanmerkelijk lager dan dat van autochtone gevers (966 euro). Het totaalbedrag aan informele giften in geld en goederen in Nederland onder de totale Nederlandse bevolking is ongeveer 837 miljoen euro.

Tabel 16.14 Formeel en Informeel geven: Geld en Goederen¹

	Formeel		Informeel	
	Gemiddeld Nederland (in €)	Gemiddeld Nederland (in €)	Gemiddeld Land van Herkomst (in €)*	Gemiddeld formeel en informeel Totaal (in €)
Turkije	263	31	348	642
Marokko	141	77	201	419
Suriname	207	99	447	753
Nederlandse Antillen	194	82	286	562
Afghanistan	143	8	385	536
Overige niet-westerse allochtonen**	211	71	316	598
Totaal niet-westerse allochtonen	211	71	316	598
Totaal Autochtonen	277	122	nvt	399

* We zijn ons ervan bewust dat deze bedragen ook de giften aan goede doelen in het land van herkomst bevatten, echter gezien het kleine percentage donateurs en bedragen, hebben we besloten deze niet uit de gemiddelde bedragen te halen.

** Gemiddelde is gebaseerd op het gewogen gemiddelde van de vijf onderzochte groepen allochtonen.

Naast familie in Nederland hebben allochtonen ook nog vaak familie in hun land van herkomst en dit geldt vooral voor eerste generatie allochtonen. We presenteerden deze bedragen al eerder in deze special en u vindt ze terug in tabel 16.14.

Wanneer we alleen formeel en informeel geven in Nederland in ogenschouw nemen dan gaven autochtonen gemiddeld meer dan niet-westerse allochtonen. Echter, indien we ook de remittances erbij betrekken, gaven niet-westerse allochtonen gemiddeld een hoger totaalbedrag dan autochtonen. Surinamers blijken de meest gulle gevers van Nederland.

16.7 Vrijwilligerswerk van niet-westerse allochtonen

We brengen niet alleen het vrijwilligerswerk van niet-westerse allochtonen in Nederland, maar ook dat in het land van herkomst in kaart. Het percentage vrijwilligers onder de verschillende groepen niet-westerse allochtonen varieerde van 16% (Surinamers) tot 29% (Afghanen) in Nederland. Het percentage Afghanen dat vrijwilligerswerk verrichtte lag veel hoger dan de overige groepen.² De groepen verschillen in het type vrijwilligerswerk dat zij uitvoerden. Het vrijwilligerswerk van Turken en Marokkanen richtte zich voornamelijk op school, religie en de eigen etnische groep. Daarnaast gaf een hoog percentage Marokkanen aan vrijwilligerswerk te doen in en om buurthuizen. Bij de Surinamers richtte het vrijwilligerswerk zich voornamelijk op scholen. Antillianen richtten zich weer voornamelijk op sport en religie. Als laatste richtte het vrijwilligerswerk onder Afghanen zich voornamelijk op de eigen groep en de buurt. Er is hoegenaamd geen verschil tussen de

¹ We hebben zakaat buiten beschouwing gelaten gezien het verplichte karakter van deze armenbelasting.

² Het hoge percentage Afghanen dat vrijwilligerswerk verricht is mogelijk het gevolg van het feit dat de Afghaanse respondenten door het veldwerkbureau benaderd zijn via de Unie voor Afghaanse verenigingen (zie methodologische verantwoording).

groepen in het aantal uren per maand dat zij vrijwilligerswerk uitvoerden. Surinamers besteedden ongeveer 19 uur per maand aan dit werk, voor de overige groepen lag dit rond de 16 uur per maand.

Tabel 16.15 Vrijwilligerswerk van niet-westerse allochtonen en autochtonen in Nederland

	<i>Percentage Turken (n = 161)</i>	<i>Percentage Marokkanen (n = 161)</i>	<i>Percentage Surinamers (n = 155)</i>	<i>Percentage Antillianen (n = 156)</i>	<i>Percentage Afghanen (n = 109)</i>	<i>Percentage Autochtonen (n = 1772)</i>
Doet geen vrijwilligers- werk	81,8	76,2	84,1	81,2	71,1	55,4
Doet wel vrijwilligerswerk	18,2	23,8	15,9	18,8	28,9	44,6
Sport	2,1	3,6	2,4	4,6	2,1	13,4
Religie en levens- beschouwing	5,5	4,6	3,1	5,0	1,6	8,8
Gezondheid	0,5	0,8	2,5	3,1	1,1	6,9
Recreatie, hobby	–	0,8	1,5	1,1	–	6,5
Scholen en volwassen- educatie	7,2	6,1	3,6	1,8	8,5	6,1
Buurtvereniging en belangenbehartiging, woningbouw, huurders- vereniging	–	1,8	1,5	3,6	5,7	4,5
Kunst en cultuur	0,7	0,8	0,5	–	3,3	3,3
Opbouwwerk, club en buurthuiswerk	1,8	9,5	1,6	1,6	5,5	3,0
Reclassering/slachtoffer- hulp						2,7
Milieu, natuurbehoud en dierenbescherming	0,8	1,3	–	–	0,6	2,2
Vakbond, beroeps- organisatie	0,6	–	0,8	0,8	1,1	2,0
Politiek	–	–	0,4	–	2,1	1,2
Vluchtelingenwerk, ontwikkelingshulp, mensenrechten	–	–	0,5	1,4	6,6	1,4
Organisatie voor allochtonen	4,2	3,6	2,7	2,2	7,3	0,1
Overige	1,2	3,7	3,9	2,2	6,0	8,0

Het percentage van niet-westerse allochtonen dat vrijwilligerswerk verrichtte in het land van herkomst is te verwaarlozen. Negen van de 742 respondenten gaven aan daar vrijwilligerswerk te verrichten. De helft van de mensen die dit deden verrichtte vrijwilligerswerk voor een religieuze instelling.

Het percentage autochtone vrijwilligers lag hoger dan het percentage vrijwilligers onder niet-westerse allochtonen. Ongeveer 44% van de autochtonen verrichtte vrijwilligerswerk, terwijl dit percentage onder niet-westerse allochtonen veel lager lag en varieerde van 16% tot 29%. Van Herten (2008) vond vergelijkbare verschillen tussen autochtonen en niet-westerse allochtonen. Wat betreft het gemiddeld aantal uren per maand dat vrijwilligers per maand dit werk verrichten, vonden we geen grote verschillen tussen autochtonen en niet-westerse allochtonen. Autochtone vrijwilligers verrichtten gemiddeld 18 uur per maand vrijwilligerswerk en bij niet-westerse allochtonen lag dit gemiddelde op ongeveer 16 uur.

Literatuur

- Carabain, C.L. (2008). *Etnische Filantropie: Een kwantitatieve studie*. Amsterdam: NCDO.
- CBS (2009). <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=1013>
- Giuliano, P. & M. Ruiz-Arranz (2005). *Remittances, Financial Development, and Growth*. Working Paper 05/234. International Monetary Fund, Washington, DC.
- Herten, M. van (2008). *Plausibiliteit POLS-module Vrijwillige Inzet 2007*. CBS: Voorburg/Heerlen.
- Musick, M.A., Wilson, J. & W.B. Bynum Jr. (2000). Race and Formal Volunteering: The Differential Effects of Class and Religion. *Social Forces*, Vol. 78(4), 1539-1571
- Osili, U.O. & D. Du (2005). Immigrant Assimilation and Charitable Giving. *Exploring Black Philanthropy: New Directions for Philanthropic Fundraising*, Nr. 48.

HOOFDSTUK 17

Gebruik van de giftenaftrek in Nederland, 1977-2007

Samenvatting

Giften aan algemeen nut beogende instellingen zijn onder bepaalde voorwaarden aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Het gebruik van de giftenaftrek is in de periode 1977 tot 2005 enigszins gestegen, van 3,2% naar 4,7%. Het volume van de giftenaftrek is wel sterk gestegen, van € 219 miljoen naar € 698 miljoen. Met voorlopige voorzichtigheid concluderen we dat de giftenaftrek waarschijnlijk niet schatkistefficiënt is, wat wil zeggen dat het bedrag aan gederfde inkomstenbelasting waarschijnlijk kleiner is dan de toename in de giften die wordt veroorzaakt door het gebruik van de giftenaftrek. Een volledige evaluatie van de giftenaftrek vereist een afweging van alle directe en indirecte kosten en opbrengsten. Gezien de aanwijzingen dat de giftenaftrek niet schatkistefficiënt is, is nader inzicht in met name de indirecte kosten en opbrengsten gewenst.

17.1 Inleiding

Giften aan algemeen nut beogende instellingen (hierna anbi's) worden in Nederland gesubsidieerd door aftrek van de inkomstenbelasting. In deze paragraaf beschrijven we het gebruik van de giftenaftrek in Nederland van 1977 tot en met 2005. De vragen die in deze bijdrage worden beantwoord zijn de volgende: (1) Welke voorwaarden worden er gesteld aan het gebruik van de giftenaftrek? (2) Hoe heeft het percentage van de Nederlandse bevolking dat gebruikmaakt van de mogelijkheid giften af te trekken zich ontwikkeld van 1977 tot 2005? (3) Hoe is het totaalbedrag aan aftrek ontwikkeld van 1977 tot 2005?¹ (4) Hoe effectief en efficiënt is de giftenaftrek?

17.2 Achtergrond van de giftenaftrek

In de jaren na de Tweede Wereldoorlog ontvingen de algemeen nut beogende instellingen weinig donaties en hadden zij het financieel moeilijk. Op instigatie van de Tweede Kamer stelde de toenmalige Minister van Financiën, de heer Liefstinck, voor om de charitas met fiscale faciliteiten te ondersteunen. De goedgevoelorganisaties genoten belastingimmunitet waardoor het niet mogelijk was om ze de gewenste fiscale faciliteiten rechtstreeks te

1 De keuze voor de periode 1977-2005 is ingegeven door beschikbaarheid van gegevens. De enige bron van gegevens over de giftenaftrek is het Inkomens Panel Onderzoek (IPO) van het CBS, dat is gehouden in 1977, 1981, 1985, 1989 en sindsdien om het jaar tot 2005. Meer informatie over het IPO vindt u in de methodologische verantwoording.

verlenen.¹ De ondersteuning wilde men daarom realiseren door de burger aan te moedigen meer te geven. Hiervoor werd in 1952 een giftenaftrek in de inkomstenbelasting geïntroduceerd.² Belastingplichtigen werd bij de bepaling van het verschuldigde belastingbedrag een aftrek gegund voor gedane giften. Het toptarief voor de inkomstenbelasting bedroeg in die tijd 80%. De voorziening gold voor giften aan kerkelijke, charitatieve, culturele, wetenschappelijke en het algemeen nut beogende instellingen.

17.3 Voorwaarden aan het gebruik van de giftenaftrek

De regeling van de giftenaftrek staat in titel 6.9 van de Wet Inkomstenbelasting 2001. Belastingplichtigen kunnen giften die zij in het belastingjaar aan charitatieve instellingen hebben gedaan op hun belastbaar inkomen in mindering brengen. De ontvangende organisatie moet een door de belastingdienst erkende anbi zijn. Giften zijn bevoordelingen uit vrijgevigheid en verplichte bijdragen waar geen directe tegenprestatie tegenover staat. Onder een minimum bedrag, de drempel, zijn giften niet aftrekbaar. Een basisbedrag aan giften aan kerkelijke en culturele doeleinden wordt als normale inkomensuitgave gezien. Aftrekbare giften kunnen gedaan worden in geld, maar ook in natura of door het afzien van een beloning of kostenvergoeding. Afzien van een kostenvergoeding vormt een gift wanneer de kosten declarabel zijn maar de vergoeding van gemaakte kosten vrijwillig is geweigerd. Gemaakte kosten waarvoor geen vergoedingsregeling bestaat maar die naar maatschappelijke opvattingen zouden moeten worden vergoed komen eveneens voor aftrek in aanmerking. Het (gedeeltelijk) afzien van de vergoeding moet geschieden uit vrijgevigheid wegens beperkte financiële mogelijkheden van de organisatie. Wanneer de kosten wel gedeclareerd zijn maar de donor afziet van inning van de vergoeding is dit ook een aftrekbaar gift.

De invoering van de giftenaftrek in 1952 had geen consequenties voor de toen al bestaande mogelijkheid om schenkingen via de aftrek van persoonlijke verplichtingen op het inkomen in mindering te brengen. Belastingplichtigen hadden zo de mogelijkheid om door middel van periodieke schenkingen een extra aftrek te benutten. Dit 'lek' is niet prompt gerepareerd. In 1984 is de volledige aftrekbaarheid van periodieke schenkingen in het kader van een stimulering van het particulier initiatief in de wet opgenomen. Periodieke giften aan anbi's en verenigingen met meer dan 25 leden zijn volledig aftrekbaar. Wel moeten deze periodieke bijdragen voldoen aan een aantal voorwaarden. Artikel 6.34 Wet Inkomstenbelasting 2001 definieert deze als giften in de vorm van vaste en gelijkmatige periodieke uitkeringen die eindigen uiterlijk bij overlijden, gedaan aan instellingen of verenigingen. De betalingen moeten vast en gelijkmatig worden gedaan. 'Vast' heeft betrekking op het bedrag van de uitkering, dat moet onveranderlijk zijn. Dat wil niet zeggen dat het bedrag van de schenking in absolute termen elk jaar hetzelfde moet zijn. Alleen als de maatstaf die de hoogte van de schenking bepaalt objectief is en niet door partijen beïnvloed kan worden mag het bedrag fluctueren. Als de schenker op eigen initiatief niet jaarlijks hetzelfde bedrag overmaakt is geen sprake van vaste en gelijkmatige uitkeringen. De

1 *Kamerstukken II 1951/52, 2492, nr. 3 (MvT), Kamerstukken II 1951/52, 2492, nr. 5 (MvA) & Kamerstukken I 1952/1953, 2492, p. 1022 & p. 1024, 1^e kolom.*

2 Wet van 26 juni 1952, Staatsblad 376, kamerstuk nummer 2492.

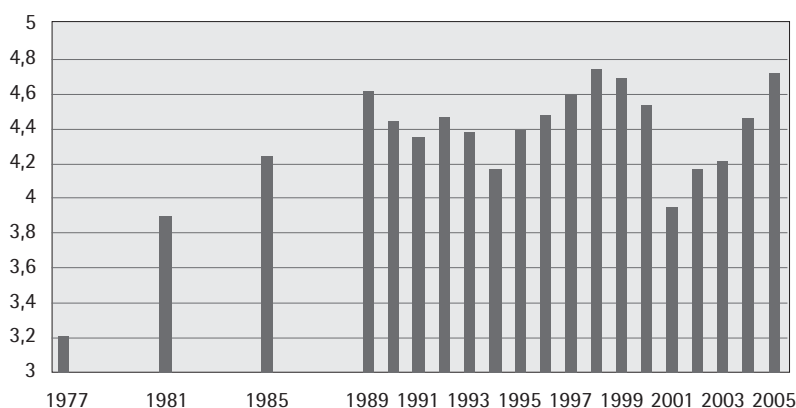
gift moet dan worden gesplitst in een gelijkmatige periodieke schenking en de rest, zijnde het surplus in enig jaar. Het woord 'gelijkmatig' heeft betrekking op uitkeringen met een regelmatig tijdsverloop. De notariële akte maakt de schenking controleerbaar.

Terwijl de periodieke schenkingen volledig aftrekbaar zijn, geldt voor gewone giften een drempelbedrag en een maximum. Het drempelbedrag is 1% van het totale inkomen (uit box 1, 2, en 3) en dat van de partner (bij gezamenlijke aangifte), en minimaal € 60. Gewone giften zijn pas aftrekbaar als ze boven deze drempel uitkomen. Er geldt ook een maximum van 10% van het totale inkomen.

17.4 Gebruik van giftenaftrek vanaf 1977

Welk gedeelte van de Nederlandse bevolking maakt gebruik van de giftenaftrek? Om deze vraag te beantwoorden hebben we gegevens uit het Inkomens Panel Onderzoek (IPO) van het CBS gebruikt. Het IPO bevat de gegevens van de belastingaangiften van een groep van meer dan 100.000 Nederlanders.¹ Het gaat in de hele periode vanaf 1977 om kleine percentages van de Nederlandse bevolking. Figuur 17.1 laat de trend zien in de periode.

Figuur 17.1 Percentage van de Nederlandse bevolking dat gebruikmaakt van de giftenaftrek, 1977-2005 (Bron: IPO/CBS, eigen berekening)



NB De gegevens over de jaren 1978-1980, 1982-1984 en 1986-1988 ontbreken.

We zien dat het gebruik van de giftenaftrek een klein beetje is gestegen. In 1977 maakte 3,2% van de belastingplichtigen gebruik van de regeling. In 2005 was dat 4,7%. De grootste stijging zit in de periode 1977-1989. Hoewel de gegevens uit deze periode maar over vier meetmomenten gaan en we geen conclusies kunnen trekken over de tussenliggende jaren, valt de stijgende lijn in het gebruik van de giftenaftrek op. Het is mogelijk dat de

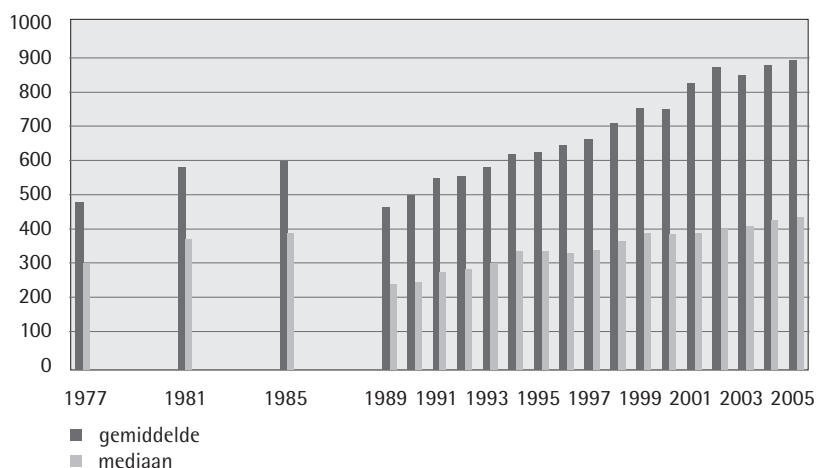
¹ Meer informatie over het IPO vindt u in de methodologische verantwoording.

stijging tussen 1981 en 1985 het resultaat is van de invoering van het volledig aftrekbaar maken van periodieke giften, maar dit kunnen we niet nagaan. Wel valt op dat het gebruik van de giftenaftrek al tussen 1977 en 1981 aan het stijgen was. In de periode 1989-2005 zijn diverse pieken en dalen te zien. Na de stijging tot 4,6% in 1989 daalt het gebruik van de giftenaftrek weer met enige schommelingen tot 4,2% in 1994. Daarna stijgt het gebruik licht tot 4,8% in 1998, waarna het weer enigszins daalt tot 4,0% in 2001. Daarna zien we weer een stijging, tot 4,7% in 2005.

17.5 Hoogte van de aftrek tussen 1977 en 2005

Figuur 2 laat de trend zien in de hoogte van de giftenaftrek. We zien ook in deze figuur opnieuw grofweg twee periodes. De eerste periode loopt tot 1985 (in tegenstelling tot in figuur 1, waarin de eerste periode liep tot 1989). De tweede periode loopt van 1989 tot 2005. In de eerste periode neemt zowel het gemiddelde als de mediaan toe. In 1977 is de gemiddelde aftrek € 491; de mediaan is € 308. In 1985 was het gemiddelde € 612 en de mediaan € 399. Interessant is dat de grootste stijging zich heeft voorgedaan tussen 1977 en 1981. Zowel het gemiddelde als de mediaan zijn gedaald tussen 1985 en 1989, naar respectievelijk € 474 en € 248. Vanaf 1989 nemen de mediaan en het gemiddelde vervolgens toe, tot respectievelijk € 905 en € 443. Wel valt op dat de toename van het gemiddelde sterker is dan de toename van de mediaan. Het verder uit elkaar lopen van de mediaan en het gemiddelde komt doordat de verdeling van de aftrek in de loop van de jaren steeds schever is geworden. De hoogte van de giftenaftrek is onder de meeste huishoudens bescheiden toegenomen. Maar onder een kleine groep van grote gevers is het volume van de aftrek in de jaren negentig sterk gestegen. Het is met name deze kleine groep die voor de stijging van de gemiddelde aftrek heeft gezorgd.

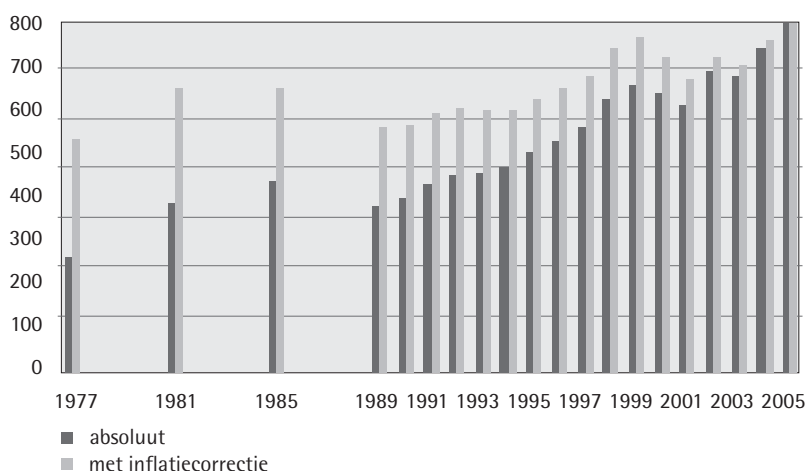
Figuur 17.2 Gemiddelde en mediaan van de hoogte van de giftenaftrek, 1977-2005 (Bron: IPO/CBS, eigen berekening)



NB De gegevens over de jaren 1978-1980, 1982-1984 en 1986-1988 ontbreken.

Figuur 17.3 geeft de trend weer in het totale volume van de giftenaftrek. Omdat het volume bestaat uit het percentage van de huishoudens dat giften aftrekt vermenigvuldigd met de gemiddelde hoogte van de aftrek zien we een combinatie van de trends uit figuur 17.1 en figuur 17.2: een toename van 1977 tot 1985, een terugval in 1989, en daarna een gestage toename, met een kleine terugval van 1999 tot 2001. We zien een grote stijging in absolute zin van 219 miljoen euro in 1977 naar 698 miljoen in 2005. Gecorrigeerd voor inflatie is de stijging minder groot.

Figuur 17.3 Volume van de giftenaftrek, 1977-2005 (Bron: IPO/CBS, eigen berekening)



17.6 Effectiviteit en efficiëntie van de giftenaftrek

Hoe effectief is de giftenaftrek? In welke mate bevordert de giftenaftrek inderdaad schenkingen? En hoe efficiënt is de regeling? Wegen de kosten op tegen de opbrengsten? Het doel van de giftenaftrek is het bevorderen van giften. Het is moeilijk vast te stellen in hoeverre dit doel bereikt wordt door de regeling. We kunnen niet observeren wat het effect is van het afschaffen of invoeren van de giftenaftrek. De eerste beschikbare gegevens dateren van meer dan twintig jaar na de invoering van de regeling en in de tussentijd is er aan de regeling weinig veranderd.

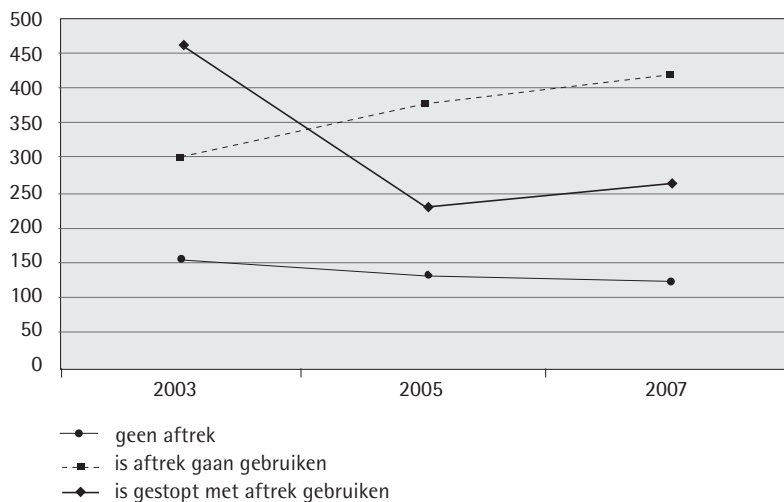
Dat de regeling nauwelijks gebruikt wordt is echter een aanwijzing dat de giftenaftrek niet effectief is. We weten uit hoofdstuk 1 dat 90% van de huishoudens wel eens geeft aan goede doelen, terwijl minder dan 5% de giftenaftrek gebruikt. Nu is het zo dat lang niet alle Nederlanders de drempel halen voor het gebruik van de regeling. Maar eerder onderzoek laat wel zien dat niet alle huishoudens die giften mogen aftrekken dat ook doen (Bekkers, 2006). Voor een gedeelte van de huishoudens geldt dat zij niet op de hoogte zijn van de regeling. Andere huishoudens denken – soms ten onrechte – dat zij niet voor de aftrek in aanmerking komen. Betere voorlichting over de giftenaftrek kan deze problemen oplossen en de giftenaftrek effectiever maken. Het lijkt daarom een goede zaak dat de Belastingdienst een voorlichtingscampagne heeft gevoerd over de giftenaftrek.

De vraag of de giftenaftrek efficiënt is vereist een afweging van de kosten tegen de opbrengsten. De directe kosten van de giftenaftrek zien we terug op de Rijksbegroting. Door de giftenaftrek derft de Belastingdienst immers inkomsten uit inkomstenbelasting. In 2007 was dat een bedrag van € 313 miljoen (Miljoenennota 2009, p. 124). Een vaak gehanteerd criterium voor efficiëntie van giftenaftrek is de zogenaamde schatkistefficiëntie (Steinberg, 1990, p. 69). Als de giftenaftrek 'schatkistefficiënt' is, is de giftenaftrek een meer efficiënte manier om anbi's te ondersteunen dan het doen van rechtstreekse overheidsondersteuning, bijvoorbeeld in de vorm van subsidies. De aanjaagfunctie van de aftrek zou tot gevolg moeten hebben dat de giften aan algemeen nut beogende instellingen door de giftenaftrek meer dan € 313 miljoen hoger worden. Dan is de giftenaftrek schatkistefficiënt.

Het doel van de giftenaftrek is om belastingplichtigen die hun betrokkenheid bij een anbi vorm geven door een materiële bijdrage aan te sporen meer te geven. Om te berekenen of dit doel gehaald wordt, zouden we in het beste geval de giften van Nederlanders op minimaal twee momenten in de tijd willen observeren: voordat ze op de hoogte zijn van het bestaan van de regeling voor giftenaftrek en nadat ze daarvan op de hoogte zijn geraakt. Als de giftenaftrek zijn doel bereikt, gaat de belastingplichtige in de loop van de tijd vaker gebruikmaken van de regeling en meer geven dan voorheen het geval was. De regeling is pas schatkistefficiënt als de stijging in de giften hoger is dan de gederfde inkomstenbelasting. Echter, in de IPO gegevens is alleen opgenomen wat de hoogte van de giftenaftrek was, indien daarvan in een bepaald jaar gebruik is gemaakt. We kunnen daardoor met de IPO gegevens niet nagaan wat de giften van huishoudens waren voordat ze gebruik gingen maken van de regeling.

De *Geven in Nederland*-data van de afgelopen drie metingen geven wel de mogelijkheid te laten zien wat er met de giften van huishoudens gebeurt als zij in de loop van de tijd gebruik gaan maken van de giftenaftrek. Figuur 17.4 laat de gemiddelde giften zien van huishoudens die tussen 2003 en 2005 aangeven begonnen dan wel gestopt te zijn met het aftrekken van giften van de inkomstenbelasting.

Figuur 17.4 Veranderingen in het gebruik van de giftenaftrek tussen 2003 en 2005 en totale giften in 2003, 2005 en 2007



Het gaat hier overigens om zeer kleine aantallen huishoudens. 85% van de huishoudens die zowel in 2003 als in 2005 aan het *Geven in Nederland*-onderzoek meedeelde en in die jaren giften aan goededoelenorganisaties rapporteerden maakte noch in 2003, noch in 2005 gebruik van de giftenaftrek. 9,9% van de huishoudens maakte naar eigen zeggen in beide jaren gebruik van de giftenaftrek. Slechts 3,0% van de huishoudens ($n = 15$) maakte in 2005 gebruik van de giftenaftrek maar deed dat in 2003 nog niet. Een nog kleiner percentage (2,0%; $n = 10$) maakte in 2003 wel gebruik van de aftrek, maar in 2005 niet meer.

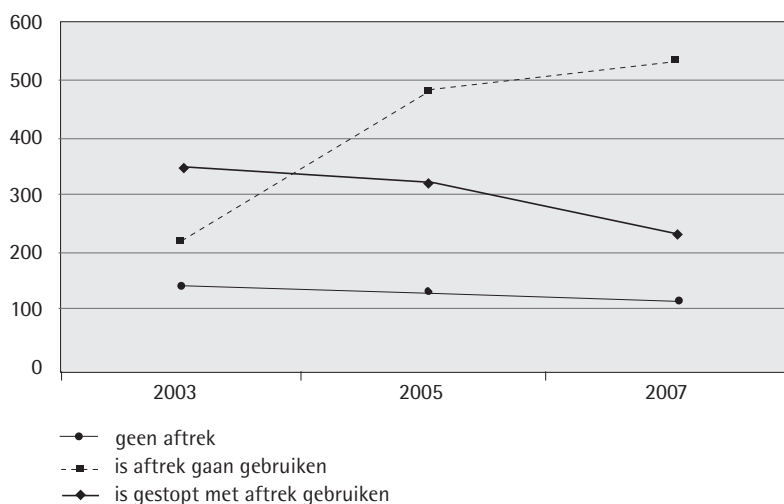
We zien dat de huishoudens die de aftrek zijn gaan gebruiken tussen 2003 en 2005 – in de figuur weergegeven met de stippellijn – in die periode ook meer zijn gaan geven. De giften in deze groep stegen van € 302 naar € 379. Het is moeilijk exact te bepalen hoe deze stijging zich verhoudt tot het belastingvoordeel van het gebruik van de giftenaftrek, omdat we helaas geen goede informatie hebben over het drempelinkomen van de huishoudens. Alleen de giften die boven de drempel uitkomen zijn immers aftrekbaar. Het lijkt echter onwaarschijnlijk dat de giftenaftrek schatkistefficiënt is. Bij een belastingtarief van 52% zouden we verwachten dat de giften minimaal met 52% stijgen. De stijging van € 77 is echter slechts een stijging van 25%. Deze stijging kan niet eens schatkistefficiënt zijn als alle giften zouden worden afgetrokken tegen het belastingtarief van 42%, dat de meeste Nederlanders betalen. We zien overigens wel dat de giften in de groep huishoudens die de giftenaftrek zijn gaan gebruiken nog verder zijn doorgestegen, naar € 420 in 2007. Deze verdere toename kan het resultaat zijn van veranderingen binnen het huishouden zoals vermogensontwikkeling of inkomensstijging, maar het is waarschijnlijk dat de kennisgeving met de giftenaftrek ook aan de stijging bijgedragen heeft. Wellicht heeft de giftenaftrek dus ook nog een vertraagd positief effect in het volgende jaar.

Aan de andere kant zien we dat huishoudens die gestopt zijn met het aftrekken van giften van de inkomstenbelasting tussen 2003 en 2005 in die periode ook minder zijn gaan geven. De giften van huishoudens in deze groep namen af van € 462 naar € 230. Dit is een halvering, die past bij het criterium van schatkistefficiëntie. In 2007 stegen de giften in deze groep weer enigszins, naar € 262. Tegelijkertijd namen de giften onder de huishoudens die noch in 2003 noch in 2005 gebruikmaakten van de giftenaftrek af van € 154 in 2003 via € 130 in 2005 naar € 122 in 2007. Overigens stegen de giften van huishoudens die zowel in 2003 als in 2005 gebruikmaakten van de aftrek van € 964 in 2003 naar € 1.128 in 2005 en daalden zij weer naar € 954 in 2007.

Het patroon in figuur 17.4 geeft aanleiding tot de conclusie dat de giftenaftrek de giften van huishoudens weliswaar bevordert, maar niet schatkistefficiënt is. Een afgetrokken gift levert een huishouden in feite een korting op ter grootte van de teruggaaf. De prijs voor een gift van € 100 is voor een belastingplichtige ouder dan 65 jaar in de eerste tariefschijf van 15,60% na aftrek € 84,40. De donateur zou deze 'prijsdaling' door de aftrek door kunnen geven aan het goede doel. De gift, en daarmee de giftenaftrek, zou dan stijgen. Huishoudens die de regeling gaan gebruiken zijn meer gaan geven in de loop van de tijd, maar deze stijging is lang niet zo groot als de netto prijsdaling door het gebruik van de giftenaftrek. Huishoudens die gestopt zijn met het gebruik van de regeling zijn minder gaan geven.

We moeten er echter wel rekening mee houden dat veranderingen in het gebruik van de regeling ook het gevolg kunnen zijn van ontwikkelingen in de giften en niet slechts een oorzaak. Als huishoudens meer zijn gaan geven wordt het voor hen aantrekkelijker om de regeling te gaan gebruiken. Andersom geldt natuurlijk dat de regeling niet gebruikt kan worden als er niet voldoende wordt gegeven. Veranderingen in geefgedrag zullen dus ook aanleiding geven tot veranderingen in het gebruik van de giftenaftrek. Dit wordt duidelijk uit het patroon in figuur 17.5. In deze figuur zien we de giften van huishoudens die tussen 2005 en 2007 begonnen of stopten met het gebruik van de giftenaftrek. Het verschil met de vorige figuur is dus dat we verder terugkijken: we zien ook de gemiddelde giften uit het jaar 2003, twee jaar voordat er een verandering in het gebruik van de giftenaftrek optrad.

Figuur 17.5 Veranderingen in het gebruik van de giftenaftrek tussen 2005 en 2007 en totale giften in 2003, 2005 en 2007



We zien in figuur 17.5 in eerste instantie het patroon dat we ook in figuur 17.4 zagen: de giften van huishoudens die tussen 2005 en 2007 begonnen met het gebruik van de giftenaftrek zijn in die jaren gestegen, terwijl de giften van huishoudens die stopten met het gebruik van de giftenaftrek in die jaren gedaald zijn. Het opvallende is echter dat de giften van de huishoudens die de regeling pas gingen gebruiken in 2007 al sterk waren gestegen tussen 2003 en 2005, van € 228 naar € 492. Deze stijging in de giften maakte het aantrekkelijk om gebruik te gaan maken van de giftenaftrek. Vervolgens stegen de giften in deze groep huishoudens nog wat verder, naar € 539. Deze stijging van krap € 50 zouden we toe kunnen schrijven aan het gebruik van de regeling. Maar deze stijging bedroeg nauwelijks 10%, lang niet zo sterk als de eerdere stijging (116%, meer dan een verdubbeling). De huishoudens die gestopt zijn met het gebruik van de regeling tussen 2005 en 2007 waren al wat minder gaan geven tussen 2003 en 2005 (een afname van 7%, van € 352 naar € 328) en gaven in 2007 vervolgens een stuk minder (€ 235, een afname van 28%).

17.7 Overige kosten en opbrengsten

Een volledige evaluatie van de giftenaftrek vereist meer dan alleen een kwantificering van de schatkistefficiëntie. In dit criterium worden namelijk alleen de directe kosten en opbrengsten meegenomen. Er zijn echter ook indirecte kosten en opbrengsten van de giftenaftrek. Indirecte kosten zijn onder meer de transactiekosten die burgers en de overheid maken om aan de regeling te voldoen. Burgers moeten hun financiële administratie bijhouden van giften en die kunnen overleggen als ze gebruikmaken van de aftrek. De overheid moet een register van anbi's bijhouden en controleren op misbruik. Er zijn echter ook indirecte opbrengsten. De giftenaftrek ondersteunt anbi's zonder dat de overheid veel controle heeft over de bestedingen van de geworven giften. Via giften kunnen burgers doelen

ondersteunen waarvan zij vinden dat die onvoldoende door de overheid worden begunstigd. De giftenaftrek draagt op die manier bij aan de kwaliteit van democratie. Ten slotte heeft de giftenaftrek ook een symbolische functie. Via de giftenaftrek toont de overheid betrokkenheid en vertrouwen in anbi's. Burgers zullen zich gaan afvragen of er iets mis is met de anbi's in Nederland als de overheid de fiscale steun afbouwt.

Literatuur

Bekkers, R. (2006). *Effectiviteit van subsidies voor giften aan goede doelen*. ESB, 91(4477), 8-10.

Nota over de toestand van 's Rijks financiën (Miljoenennota 2009) d.d. 16 september 2008 pag. 124, Kamerstukken II 31 700, nr. 1.

Steinberg, R.S. (1990). *Taxes and giving: new findings*. Voluntas, 1, 61-79.

HOOFDSTUK 18

Fondsenwerving in tijden van crises¹

Samenvatting

Wat zullen de gevolgen zijn van de economische crisis op de inkomsten uit fondsenwerving van goededoelenorganisaties? Omdat deze vraag niet direct beantwoord kan worden kijken we in deze special naar de relatie in de afgelopen veertig jaar tussen de inkomsten uit fondsenwerving en economische indicatoren: de toename van het bruto binnenlands product, de beurskoersen, huizenprijzen, spaartegoeden, werkloosheid en het consumentenvertrouwen. Inkomsten fondsenwerving laten meestal een klein vertraagd effect zien van tegenvallende economische ontwikkelingen. Gezien deze resultaten wordt een afname in de inkomsten fondsenwerving verwacht over een tot drie jaar.

18.1 Inleiding

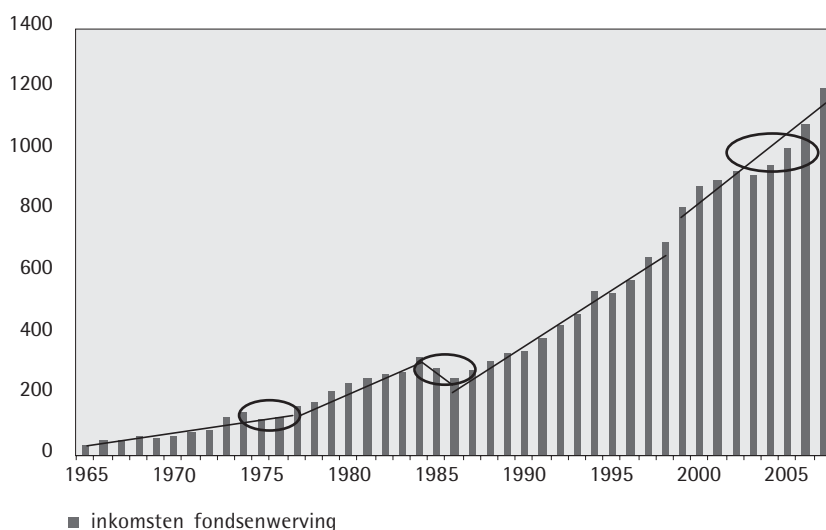
Een belangrijke vraag die de filantropische sector momenteel bezighoudt is wat de gevolgen van de huidige financiële crisis zullen zijn voor de filantropische markt. Het verlossende antwoord op deze vraag is moeilijk te geven. We kunnen wel terugkijken naar de ontwikkelingen van de inkomsten van fondsenwervende organisaties in de afgelopen decennia en deze ontwikkelingen in verband brengen met allerlei economische ontwikkelingen. Aan de hand van de relaties tussen de economische ontwikkelingen en de inkomsten uit fondsenwerving in het verleden zullen we een voorzichtige vooruitblik geven naar de ontwikkelingen in de komende paar jaar als gevolg van de economische crisis.

18.2 Lange termijn ontwikkelingen in de inkomsten van fondsenwervende organisaties

Voor het eerst zijn lange termijn gegevens beschikbaar gekomen over de inkomsten uit eigen fondsenwerving. Deze gegevens zijn ter beschikking gesteld door het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Figuur 18.1 laat de totale inkomsten uit eigen fondsenwerving zien die bekend zijn bij het CBF.

¹ De tekst van deze paragraaf is een bewerking van de tekst van René Bekkers bij de presentatie van het Jaarverslag Fondsenwerving 2007 op 16 december 2008.

Figuur 18.1 Ontwikkeling van de inkomsten uit eigen fondsenwerving volgens de jaarverslagen fondsenwerving van het CBF, 1965–2007 (in miljoenen euro)



Figuur 18.1 heeft betrekking op de groep organisaties die actief is in fondsenwerving en haar inkomsten meldt bij het CBF. De omvang van deze groep neemt toe in de loop van de tijd. Dit komt door twee processen: (1) informatie over de inkomsten van fondsenwervende organisaties die actief zijn in fondsenwerving komt steeds vaker bij het CBF terecht; (2) doordat steeds meer organisaties actief geworden zijn op de markt. Helaas is het onmogelijk na te gaan in welke mate deze twee processen bijdragen aan de ontwikkeling in figuur 18.1. De bedragen in de figuur zijn in miljoenen euro's, niet gecorrigeerd voor inflatie.

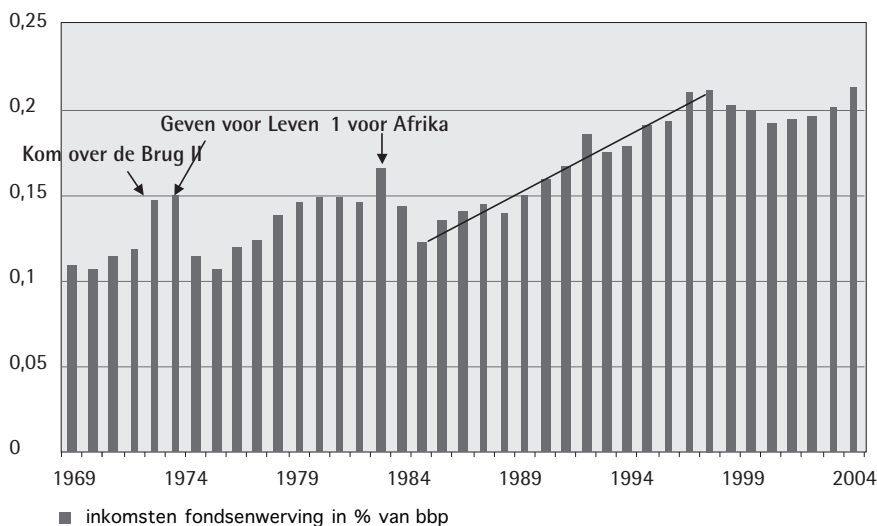
De bedragen uit figuur 18.1 zijn niet gemakkelijk te vergelijken met de cijfers uit hoofdstuk 1 (paragraaf 1.1) omdat de cijfers van het CBF afkomstig zijn van de ontvangers van giften en gaan over inkomsten van een gedeelte van de fondsenwervende organisaties. De cijfers geven geen inzicht in giften aan organisaties die hun jaarverslag niet inleveren bij het CBF. Een ander probleem bij de vergelijking is dat de organisaties niet systematisch bijhouden van welke soorten gevers de giften afkomstig zijn. Giften van bedrijven en particulieren worden in de cijfers die de organisaties bij het CBF aanleveren niet van elkaar onderscheiden. De Geven in Nederland cijfers die in hoofdstuk 1 zijn besproken zijn alleen afkomstig van de particuliere gevers.

Aan de andere kant hebben de GIN-cijfers betrekking op alle giften aan goededoelenorganisaties, ongeacht de relatie van die organisaties met het CBF. De cijfers uit hoofdstuk 1 gaan dus ook over giften aan organisaties die niet hun jaarcijfers bij het CBF inleveren. Het grootste gedeelte van de giften uit hoofdstuk 1 is zelfs volledig buiten beeld in de CBF-cijfers: dat zijn de giften aan de kerken. Geen van de kerken levert jaarcijfers in bij het CBF.

Kort gezegd zijn de inkomsten uit fondsenwerving die het CBF registreert met een factor 30 gestegen, van 40 miljoen in 1965 tot 1200 miljoen in 2007. Er zijn vier tijdvakken met verschillende groeicijfers te onderscheiden. Vanaf 1965 nemen de inkomsten toe met 8 miljoen per jaar, van 40 miljoen tot 130 miljoen in 1976. Dan breekt een tweede periode aan, van nog sterkere stijging met bijna 25 miljoen per jaar tot 320 miljoen in 1984. Dan volgt een korte dip tot 1986, waarna we weer een sterke stijging zien met zo'n 35 miljoen per jaar tot 700 miljoen in 1998. In de laatste periode is de toename meer dan 50 miljoen per jaar. Er zijn drie tijdelijke dips in de groei te zien. Dit zijn drie korte periodes waarin de inkomsten fondsenwerving niet zo sterk toenamen als in de jaren daarvoor. De eerste dip zit in de jaren van de oliecrisis en vlak daarna, 1974-1976. De tweede dip zit in het midden van de jaren tachtig, in de jaren 1985 en 1986. De derde dip zit in het begin van de twintigste eeuw, in 2003.

De toename in figuur 18.1 is veelzeggend, maar moet wel gezien worden in het licht van de algemene welvaartsstijging die zich in Nederland sinds de jaren zestig heeft voorgedaan. In de periode 1969 tot 2007 nam het Bruto Binnenlands Product ook met een factor tien toe, van 51 miljard tot 567 miljard. Als we de inkomsten uit fondsenwerving delen op het BBP zien we echter nog steeds een toename. Grofweg nam het percentage van het BBP dat bij goededoelenorganisaties terecht komt toe van 0,11% in 1969 naar 0,21% in 2007. Dat is bijna een verdubbeling. De grootste groei zit in de periode 1986 tot 1999 (zie figuur 18.2).¹

Figuur 18.2 Ontwikkeling in de inkomsten fondsenwerving in aandeel van het BBP



1 In december 1972 en in 1974 vonden de succesvolle nationale acties 'Kom over de Brug II' en 'Geven voor Leven' plaats, die voor de relatief hoge inkomsten in 1973 en 1974 hebben gezorgd. In 1984 vond de actie '1 voor Afrika' plaats, die erg succesvol was.

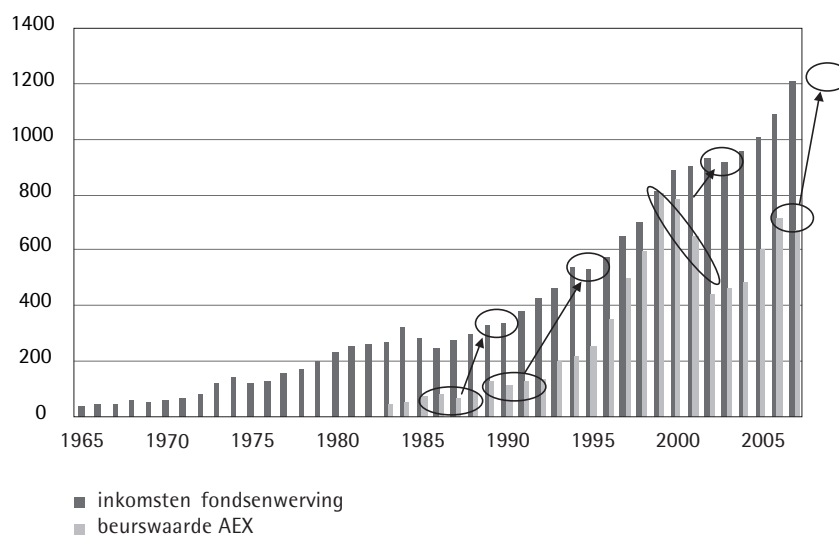
18.3 Inkomsten van goededoelenorganisaties en economische ontwikkelingen

In deze special koppelen we de ontwikkelingen in de inkomsten fondsenwerving sinds 1965 aan ontwikkelingen in economische indicatoren: de waarde van beleggingen, de huizenprijzen, spaartegoeden, de werkloosheid en het consumentenvertrouwen.

18.3.1 Beleggingen

Een eerste belangrijke verklaring van de toename van giften aan goededoelenorganisaties in Nederland is de sterke toename van de waarde van beleggingen in Nederland. Uit onderzoek in de VS weten we dat giften sterk afhankelijk zijn van de waarde van het vermogen (Bekkers & Wiepking, 2007). Figuur 18.3 laat zien dat de grote groei in de inkomsten uit fondsenwerving in de jaren negentig samenvalt met de grote stijging in de AEX index. We zien ook dat wanneer de beurskoersen dalen, er met enige vertraging een terugval te zien is in de groei van de inkomsten uit fondsenwerving en soms zelfs een daling. Opvallend is ook dat de stijging van de giften robuust is: de inkomsten fondsenwerving stijgen wel mee met stijgende beurskoersen, maar vallen eigenlijk maar weinig terug als de beurzen dalen. Eerder trokken collega's van het Center on Philanthropy in Indianapolis een gelijkwaardige conclusie voor de ontwikkelingen in de VS.

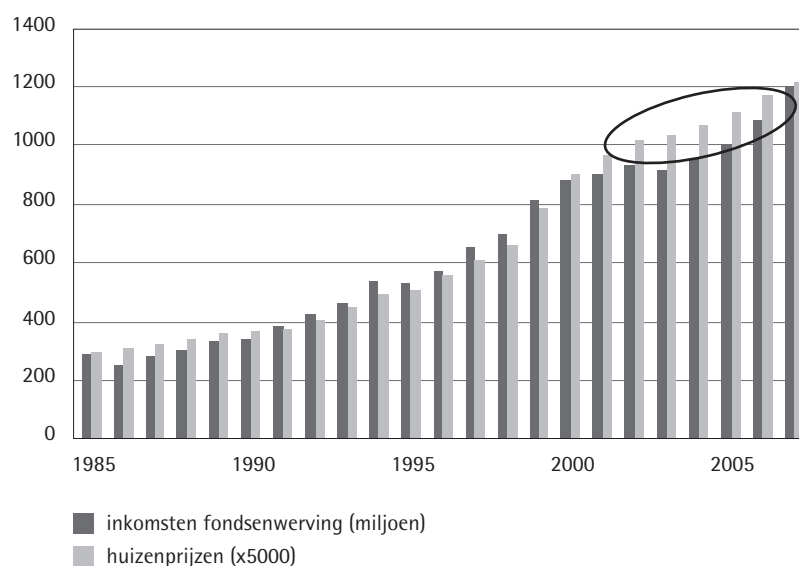
Figuur 18.3 Ontwikkeling van de beurswaarde van de AEX en inkomsten fondsenwerving, 1983-2007



18.3.2 Stijging van de huizenprijzen

Een tweede belangrijke ontwikkeling die met de stijging van giften te maken heeft is de stijging van de huizenprijzen. We weten uit onderzoek naar gevers dat eigenhuisbezit en de waarde van dat bezit samengaat met hogere giften (Bekkers & Wiepking, 2007). Het lijkt erop dat de stijging van de waarde van onroerend goed mensen een gevoel van financiële zekerheid geeft, dat het gemakkelijker maakt om geld weg te geven aan goededoelenorganisaties. In figuur 18.4 is te zien dat de grote stijging van de huizenprijzen in de afgelopen twee decennia samenging met de stijging in de inkomsten uit fondsenwerving. De ontwikkelingen in beide grafieken lopen opvallend sterk gelijk. De huizenprijzen worden door het CBS vanaf 1985 bijgehouden. Een kleine uitzondering is de periode 2002-2006, toen de huizenprijzen doorstegen maar de giften wat achterbleven. De achtergrond daarvan ligt in de ingezakte beurskoersen, zo hebben we net gezien.

Figuur 18.4 Ontwikkeling van huizenprijzen en inkomsten fondsenwerving, 1985-2007

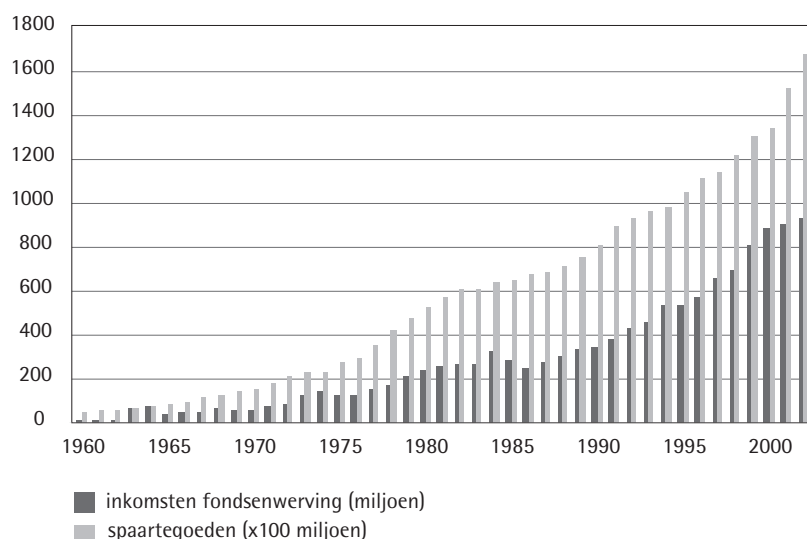


18.3.3 Spaargedrag

Een derde ingrediënt van het financiële vermogen van Nederlanders – naast de beurskoersen en de waarde van onroerende goederen – is het spaargedrag. Mensen met meer spaargeld geven meer aan goede doelen (Bekkers & Wiepking). Weliswaar gaan de euro's die Nederlanders op spaarrekeningen wegzetten niet meteen naar goededoelenorganisaties, maar de zekerheid die spaargeld geeft doet mensen gemakkelijker besluiten om van nieuwe inkomsten wat weg te geven. In figuur 18.5 staat de totale waarde van alle spaartegoeden in Nederland afgezet tegen de inkomsten uit fondsenwerving. We zien dat de beide reeksen ongeveer gelijk op gaan. Er is wel een tempoverschil in de jaren zeventig: toen groeiden de spaartegoeden harder dan de inkomsten fondsenwerving. De tijdreeksen van spaar-

tegoeden die door het CBS is gepubliceerd houdt op in 2003. Daardoor zien we de recente ontwikkelingen helaas niet.

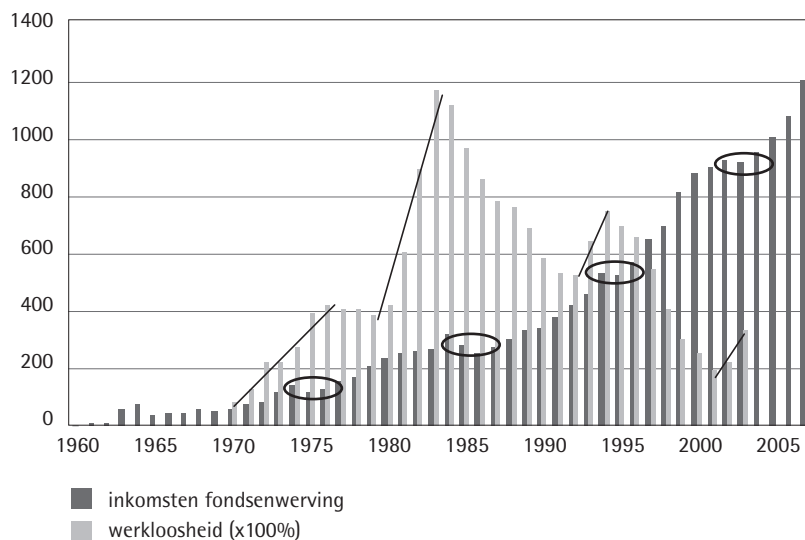
Figuur 18.5 Ontwikkeling van de waarde van spaartegoeden en inkomsten fondsenwerving, 1960-2003



18.3.4 Werkloosheid

Werklozen geven over het algemeen minder aan goededoelenorganisaties dan mensen met een baan (Bekkers & Wiepking, 2007). Dit komt niet alleen door de inkomensdaling, maar ook door de negatieve psychologische effecten van werkloosheid. We zagen in figuur 18.1 een dip in de inkomsten fondsenwerving in 1975-1976 en in 1984-1985, die samenging met dalende beurskoersen. In figuur 18.6 zien we dat de twee dips in de inkomsten fondsenwerving voorafgegaan worden door stijgende werkloosheid. Na de stabilisatie van de werkloosheid in 1976 gaan de inkomsten fondsenwerving weer stijgen. Na de daling in de werkloosheid vanaf 1984 volgen nog niet direct de inkomsten fondsenwerving met een stijging. Dat is wel zo na de daling van de werkloosheid in 1994; dan stijgen meteen de inkomsten fondsenwerving weer in het daarop volgende jaar.

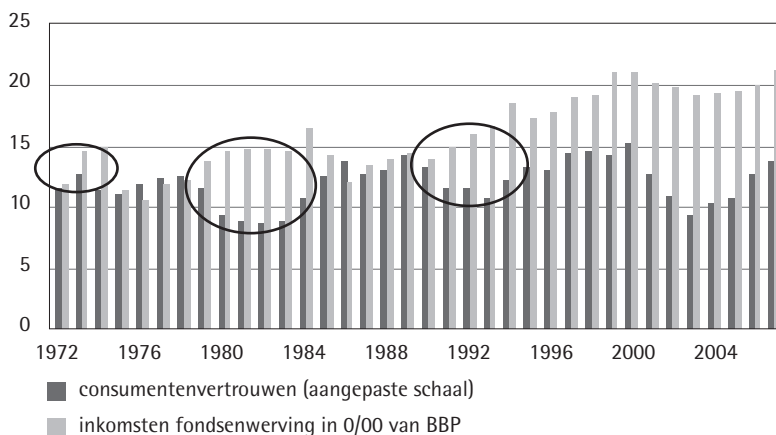
Figuur 18.6 Werkloosheid en inkomsten fondsenwerving, 1970–2003



18.3.5 Consumentenvertrouwen

Ten slotte bezien we in figuur 18.7 het consumentenvertrouwen. Het consumentenvertrouwen is belangrijk voor geefgedrag omdat giften een vorm van bestedingen zijn door huishoudens. Dalingen in het consumentenvertrouwen in Nederland worden in de regel na zo'n vijf maanden gevolgd door dalingen in de bestedingen (Nobel & Winkels, 1993; meer informatie over consumentenvertrouwen, donateursvertrouwen en geefgedrag in Bekkers (2009)). Uit onderzoek van het Nederlands Donateurs Panel (WWAV, 2008) weten we bovendien dat trends in donateursvertrouwen gelijk lopen met het consumentenvertrouwen. In figuur 18.7 is te zien dat het consumentenvertrouwen in Nederland meestal gelijk loopt met de inkomsten uit fondsenwerving. Er zijn drie uitzonderingen: de oliecrisisjaren, de periode 1978 tot 1983 en de periode 1988–1993. Maar vanaf 1994 volgt de ontwikkeling van de inkomsten fondsenwerving vrij sterk de ontwikkeling van het consumentenvertrouwen.

Figuur 18.7 Consumentenvertrouwen in inkomsten fondsenwerving, 1972-2007



18.4 Vooruitblik

Hoe zullen de inkomsten van goededoelenorganisaties in de komende jaren zich ontwikkelen? Een voorspelling hiervan is lastig te geven. We moeten daarbij in ieder geval het voorbehoud maken dat de patronen die we zojuist langs hebben zien komen zich niet noodzakelijkerwijs doorzetten in de toekomst. Bovendien is niet duidelijk hoe diep de recessie zal gaan en hoe lang hij zal duren. Het is wel mogelijk te zeggen wat de waarschijnlijke gevolgen zijn van de economische ontwikkelingen die we de afgelopen maanden hebben gezien.¹

- De beurzen zijn sterk gedaald. Voorheen volgde na beursdalingen stagnatie in de groei of een lichte daling in de inkomsten fondsenwerving, met een vertraging van één of twee jaar. Door de beursontwikkeling zullen waarschijnlijk de inkomsten van goededoelenorganisaties in 2010 en of 2011 lager zijn dan normaal.
- Vermogens zijn geslonken. In 1984 vielen inkomsten fondsenwerving terug na terugval in vermogen. De inkomsten fondsenwerving vielen ook terug na stagnatie in vermogensgroei in 1973-1974, maar niet in 1990-1991 en 1992-1993. Het is dus nog maar de vraag of de recente ontwikkelingen in de vermogenspositie van Nederlanders een groot effect zullen hebben op de inkomsten fondsenwerving.
- Spaartegoeden zijn gegroeid omdat veel beleggers uitgestapt zijn. Dit kan een buffer zijn. Wie zich zeker voelt over zijn vermogenspositie geeft gemakkelijker.
- Het consumentenvertrouwen is al sinds het voorjaar van 2008 laag. Veranderingen in het consumentenvertrouwen werken sinds 1994 direct door in de inkomsten fondsenwerving.

¹ De peildatum voor de beschreven ontwikkelingen is 1 december 2008. Meer recente ontwikkelingen konden niet worden meegenomen in dit hoofdstuk.

Twee factoren waar tot nu toe weinig slecht nieuws over was, maar die misschien in de nabije toekomst in het rood schieten, zijn de werkloosheid en de huizenprijzen.

- De werkloosheid is nog niet sterk gestegen. Er zijn wel allerlei signalen dat werkgevers tijdelijke contracten niet verlengen en dat werknemers in met name de industrie gedwongen thuis zitten. Uit onderzoek weten we dat de beste gevers werkende mensen zijn met een vast contract die niet in de industrie werken, maar in de dienstensector of bij de overheid (Bekkers & Wiepking, 2007). Het CPB verwacht dat de werkloosheid gaat oplopen. Met name als de werkloosheid zich uitbreidt tot andere groepen, kunt u de effecten daarvan gaan merken in 2010 en 2011.
- De huizenprijzen zijn nog niet sterk gedaald. Er is wel stagnatie in de verkoop van woningen. Mensen kiezen ervoor om voorlopig in hun huis te blijven wonen omdat de tijden onzeker zijn. Maar dat betekent nog niet dat de prijzen sterk gedaald zijn. En dat hoeft ook niet te gaan gebeuren. Er worden minder nieuwe woningen gebouwd, waardoor huizen weer schaarser gaan worden als de overheid niet massaal nieuwe woningen gaat bouwen. Bij het doortrekken van trends op basis van de gegevens over huizenprijzen moeten we ons wel realiseren dat een daling van de huizenprijzen sinds 1985 nog niet is voorgekomen. Het ligt voor de hand dat een daling van de huizenprijzen samen zal gaan met een daling van de giften aan goededoelenorganisaties. Inkomsten fondsenwerving zijn sterk afhankelijk van de huizenprijzen. Als de huizenprijzen dalen komen de effecten daarvan over 1 of 2 jaar aan het licht.

Als we de onzekere ontwikkelingen in de huizenprijzen even buiten beschouwing laten, zien we vier ontwikkelingen die normaal gesproken met een vertraging van een tot drie jaar een negatief effect hebben en een ontwikkeling die normaal een positief effect heeft na twee tot drie jaar. Bij elkaar waarschijnlijk een negatief effect over een tot drie jaar.

We moeten ten slotte ook rekening houden met andere factoren die invloed hebben op de inkomsten van goededoelenorganisaties. Het betreft ten eerste twee inkomstenbronnen die niet direct van fondsenwerving afhankelijk zijn.

- De daling van de waarde van vermogensfondsen zullen we volgend jaar misschien nog niet zo gaan merken, maar later wel. Zij zullen dan minder aan goededoelenorganisaties uitkeren. Het VSBfonds heeft al aangekondigd minder te gaan besteden.
- Subsidies van de overheid kunnen inzakkende inkomsten opvangen, maar als het kabinet besluit tot bezuinigingen is de kans dat dat gebeurt klein.

Ten tweede de recente economische ontwikkelingen.

- Als de beurskoersen op korte termijn weer gaan stijgen, dan blijven de effecten van de crisis waarschijnlijk maar beperkt.

Vervolgens de percepties van donateurs.

- Als donateurs het idee hebben dat met de crisis ook de behoefte aan giften toeneemt, kunnen donateurs zelfs vrijgevier worden. Dit lijkt in de VS het geval te zijn, maar wellicht niet in Nederland. In de VS heeft de overheid een meer beperkte rol in armoedebestrijding. Bij een toename van de armoede door werkloosheid zullen in de VS allerlei maatschappelijke organisaties in actie komen en meer om giften gaan vragen. In Nederland bestaat een traditie van overheidsinterventie op dit punt.

- Ten slotte: goededoelenorganisaties hebben de hoogte van hun inkomsten gedeeltelijk zelf in de hand. Mensen bezuinigen niet zo maar op goede doelen, zo blijkt uit de December 2008-meting van het Nederlands Donateurs Panel (WWAV, 2008). Als goededoelenorganisaties erin slagen het goede doel waar zij voor werven goed onder de aandacht te brengen, kunnen zij hun donateurs behouden.

Literatuur

- Bekkers, R. (2009). 'The Donor Confidence Index'. Working paper, VU University Amsterdam.
- Bekkers, R. & P. Wiepking (2007). Generosity and Philanthropy: A Literature Review. Report commissioned by the John Templeton Foundation. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1015507>
- Nobel, J. & J. Winkels (1993). 'Eén index van consumentenvertrouwen?' *Mens en Maatschappij*, 68 (3): 282-291.
- WWAV (2008). *Het Nederlandse donateurspanel: onderzoeksrapportage December 2008*. Woerden: WWAV.



Methodologische verantwoording

In dit hoofdstuk geven we een methodologische verantwoording van het *Geven in Nederland*-onderzoek 2007. We besteden extra aandacht aan huishoudens en bedrijven.

1 Geven door huishoudens

Het *Geven in Nederland*-onderzoek wordt sinds 1995 elke twee jaar uitgevoerd. Dit heeft geresulteerd in gegevens over het geefgedrag van huishoudens en individuen over de jaren 1995, 1997, 1999, 2001, 2003, 2005 en 2007. Voor de gegevens over 1995, 1997 en 1999 geldt dat telkens een nieuwe groep respondenten is ondervraagd over geefgedrag. In de metingen sinds 2001 zijn in elk jaar zo veel mogelijk dezelfde respondenten ondervraagd. Deze metingen, die een zogenaamde longitudinale opzet kennen, worden aangeduid als de 'Geven in Nederland Panel Studie' (GINPS). De resultaten van de metingen zijn telkens twee jaar na verzameling gepubliceerd, dus in het boek *Geven in Nederland 1997* is gerapporteerd over geefgedrag gemeten in 1995 et cetera. Voor alle metingen geldt dat ze na weging op een aantal sociaaldemografische kenmerken representatief zijn voor de Nederlandse bevolking. In 2007 is gewogen op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, gezinsgrootte en regio.

Nieuw in het *Geven in Nederland*-onderzoek 2007 is dat we de schattingen baseren op gegevens over zowel autochtone als allochtone huishoudens. Voorheen werden de schattingen gebaseerd op steekproeven waarin allochtonen sterk ondervertegenwoordigd zijn. We hebben besloten tot een andere opzet omdat we door het uitsluiten van allochtonen in *Geven in Nederland* een steeds een groter deel van de Nederlandse bevolking buiten beschouwing zouden laten. Om allochtone Nederlanders te ondervragen moest wel een andere methode van dataverzameling toegepast worden. Het is vooralsnog niet mogelijk om een representatieve steekproef van allochtonen te ondervragen met een internetenquête. Om tot een representatieve steekproef van allochtonen te komen was het echter noodzakelijk respondenten te ondervragen via een persoonlijk (face-to-face) interview. We gaan nu eerst in op de opzet van het online onderzoek (onder voornamelijk autochtone Nederlanders), en bespreken later de opzet van het persoonlijk interview (onder voornamelijk allochtone Nederlanders). Al sinds de aanvang van het *Geven in Nederland*-onderzoek verzamelen we gegevens onder autochtonen aan de hand van een internetenquête. In het online onderzoek treffen we wel kleine aantallen respondenten aan die niet in Nederland geboren zijn of ouders hebben die in het buitenland geboren zijn, maar deze respondenten zijn waarschijnlijk niet representatief voor alle minderheidsgroeperingen in Nederland. Een overzicht van alle respondenten in het *Geven in Nederland*-onderzoek onder huishoudens staat in tabel 1.

Tabel 1 Aantal respondenten in het Geven in Nederland onderzoek 2009 onder huishoudens

		<i>Aantal</i>
Online onderzoek	Autochtoon	1471
	Westers allochtoon	120
	Niet-westers allochtoon	29
	Onbekend	157
	Totaal	1777
Persoonlijk interview	Autochtoon	156
	Westers allochtoon	0
	Niet-westers allochtoon	742
	Onbekend	0
	Totaal	898

1.1 Online onderzoek

1.1.1 Deelnemers en methode van dataverzameling

De meeste respondenten in dit *Geven in Nederland*-onderzoek zijn online ondervraagd. Voor de meting GINPS07 (waarover in dit boek wordt gerapporteerd) zijn in mei 2008 vragenlijsten afgenomen door TNS/NIPO. Het survey-onderzoek is uitgevoerd met behulp van het panel van TNS/NIPO. Dit is een database van 30.000 huishoudens, ruim 72.000 personen. Deze mensen vullen de vragenlijsten op hun eigen computer in (Computer Assisted Self-Interviewing, CASI). De vragen worden met behulp van TNS/NIPO-software doorlopen en teruggestuurd naar de centrale computer bij het TNS/NIPO. Het veldwerk liep van 14 tot 21 mei 2008.¹

In tabel 2 staat het aantal respondenten dat aan de laatste twee GINPS metingen heeft meegewerkt.² In totaal werkten 1866 respondenten mee aan GINPS07. 89 respondenten zijn net als in het vorige *Geven in Nederland*-onderzoek in de analyses buiten beschouwing gelaten.³ Deze respondenten zijn afkomstig uit de oversample van protestanten uit GINPS01. Zij zijn buiten de analyses gehouden om vertekening te voorkomen. Van de 1777 overblijvende respondenten zijn er 867 'nieuw' in het huidige onderzoek. Zij namen niet aan het vorige GIN-onderzoek deel. 910 respondenten namen ook deel aan GINPS05. Van deze respondenten namen er 508 ook al deel aan GINPS03 en 499 aan GINPS01.

1 Het veldwerk wordt uitgevoerd nadat de meeste Nederlanders hun aangifte inkomstenbelasting hebben gedaan om de kans op juiste rapportage te verhogen van de hogere giften, die in de regel worden afgetrokken.

2 In *Geven in Nederland 2007* vindt u een tabel met aantallen respondenten in alle GIN-studies sinds 1995.

3 Zie de methodologische verantwoording van *Geven in Nederland 2007*.

Tabel 2 Aantal en soort respondenten in de laatste twee metingen

	<i>GINPS05</i>	<i>GINPS07</i>
Totaal aantal respondenten in de analyses	1367	1777
Aantal oude respondenten uit GINPS05		910
Aantal nieuwe respondenten in GINPS07		867
Respondenten buiten beschouwing gelaten		89

De cijfers in paragrafen 1.2.3 tot en met 1.4 zijn gebaseerd op het gewogen bestand van autochtone respondenten uit het online onderzoek ($n = 1471$, zie tabel 1). De resultaten van de analyses van achtergronden van geefgedrag (in paragraaf 1.5) zijn gebaseerd op alle respondenten uit het online onderzoek (ongewogen).

De longitudinale analyses in hoofdstuk 1 (Box 1) zijn gebaseerd op huishoudens die zowel aan het huidige als het vorige onderzoek hebben meegewerkt ($n = 910$). Deze groep huishoudens is niet geheel representatief voor alle huishoudens in Nederland. Hierdoor wijken de geschatte gemiddelden in de longitudinale groep soms wat af van de geschatte gemiddelden in de totale groep respondenten.

1.1.2 Vragenlijst

Het uitgangspunt voor het *Geven in Nederland*-onderzoek is een standaard vragenlijst over geven en vrijwilligerswerk die al sinds 1995 op de belangrijkste punten ongewijzigd is. De complete vragenlijst voor het onderzoek naar het geefgedrag van huishoudens en individuen in 2007 staat op www.geveninnederland.nl.

Het type vragenlijst dat we gebruiken wordt in de methodologische literatuur een 'method-area module' genoemd (Rooney en collega's, 2001, 2004; Bekkers & Wiepking, 2006). Deze naam is gebaseerd op de twee onderdelen van de vragen over geefgedrag en vrijwilligerswerk. We leggen de respondenten eerst een lijst met mogelijke manieren voor waarop ze geld kunnen geven of vrijwilligerswerk kunnen doen en vragen of ze op die manier geld hebben gegeven of vrijwilligerswerk gedaan. Het laten aankruisen van de verschillende manieren waarop is gegeven en vrijwilligerswerk is gedaan helpt de respondenten zich zo veel mogelijk van het geefgedrag in het afgelopen jaar te herinneren.¹

Vervolgens geven we de respondenten een lijst met de tien verschillende sectoren waarin goededoelenorganisaties actief zijn. Ook een categorie 'overig' wordt aangeboden. Respondenten die 'overig' invullen krijgen een open vraag 'Aan welk(e) overige doel(en) heeft u gegeven?' De antwoorden op deze vragen zijn in veel gevallen in te delen bij een van de tien sectoren. Voor zover mogelijk hebben we dat gedaan. De percentages en bedragen bij

1 Overigens ontbreekt in de lijst met manieren van geven de mogelijkheid giften die gedaan zijn in telemarketing acties te rapporteren. Respondenten kunnen deze manier van geven wel rapporteren onder een van de 'andere manieren van geven'. Gezien het hoge percentage dat in deze categorie valt (categorie E in tabel 1.10, 16%) ligt het voor de hand dat respondenten dat gedaan zullen hebben. We kunnen nu echter niet precies nagaan hoe vaak er in reactie op telemarketing gegeven wordt. Deze omissie zal in het volgende onderzoek hersteld worden door een aparte categorie voor telemarketing op te nemen.

‘overig’ zijn dus de rest van de respondenten die antwoorden gaven die niet in te delen waren bij een van de andere categorieën. In de module over vrijwilligerswerk gaan we op dezelfde manier te werk. We vragen eerst naar ... taken die men als vrijwilliger kan uitvoeren en geven vervolgens een lijst met sectoren waarin men vrijwilligerswerk kan doen. De lijst met sectoren (17 sectoren plus ‘overig’) is verfijnder in de module over vrijwilligerswerk dan in de module over geefgedrag (10 sectoren plus ‘overig’).

We hebben dit jaar in het online onderzoek een verandering aangebracht die eerder door de collega’s van het Center on Philanthropy in Indianapolis met succes is uitgetest. We hebben de respondenten die in eerste instantie zeiden niet (meer) te weten welk bedrag gegeven is aan goedbedoelensectoren gevraagd om toch een ruwe schatting te geven van het bedrag op basis van tien categorieën. De categorieën waren: (1) minder dan € 5; (2) € 5 tot € 10; (3) € 11 tot € 15; (4) € 16 tot € 25; (5) € 26 tot € 50; (6) € 51 tot € 100; (7) € 101 tot € 200; (8) meer dan € 200; (9) helemaal geen idee; (10) dat wil ik niet zeggen. We hebben vervolgens het gemiddelde van deze ruwe bedragen toegekend aan respondenten die categorie 2 tot en met 7 antwoordden. Respondenten in categorie 1 kregen € 2,50 toegevoegd en respondenten in categorie 8 € 200. Respondenten in categorieën 9 en 10 hebben we buiten beschouwing gelaten. Deze methode is zowel gehanteerd bij de vragen over giften van geld als van goederen. Nota bene: de daling in de giften van goederen constateren we dus *ondanks* de meer uitgebreide manier van vragen. De nieuwe manier van vragen leidt tot hogere schattingen doordat veel respondenten in staat waren te zeggen in welke categorie het bedrag viel.

Het aanbieden van ruwe categorieën aan respondenten die in eerste instantie zeiden niet meer te weten wat ze aan goedbedoelensectoren hadden gegeven leidt tot een stijging van het percentage huishoudens dat geeft en tot een stijging in de gemiddelde giften. Voorheen werden huishoudens waarin respondenten ‘weet niet’ antwoordden als niet-gevers gezien. Als we de schatting uitsluitend hadden gebaseerd op de cijfers van respondenten die in eerste instantie een bedrag noemen was het totaalbedrag op 1.926 miljoen uitgekomen in plaats van 1.945 miljoen.

1.2 *Persoonlijke interviews*

1.2.1 *Deelnemers en methode van dataverzameling*

De persoonlijke interviews zijn uitgevoerd door Veldkamp Marketing Research B.V. in Amsterdam. Deze firma heeft zich gespecialiseerd in marktonderzoek onder etnische minderheden. Veldkamp heeft voor het samenstellen van een representatieve steekproef een design opgesteld, gebaseerd op recente statistische gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek en het Sociaal en Cultureel Planbureau. De steekproef is een quotasteekproef. We hebben quota gesteld op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en regio om tot een representatieve steekproef van de etnische groepen te komen.

Met persoonlijke interviews waarin de interviewer de antwoorden direct invoerde in de computer (Computer Assisted Personal Interviewing, CAPI) zijn vijf groepen niet-westerse allochtonen in Nederland ondervraagd. We hebben 109 Afghanen, 156 Antillianen, 161 Marokkanen, 155 Surinamers en 161 Turken geïnterviewd. Tevens zijn ook 156 autochto-

nen geïnterviewd voor deze studie. De leeftijd van de respondenten varieerde van 18 tot 85 jaar. Het veldwerk van dit onderzoek is uitgevoerd door Veldkamp bv Amsterdam.

De interviewers maakten bij het zoeken naar Turkse, Marokkaanse, Surinaamse, Antilliaanse en autochtone Nederlanders gebruik van hun eigen netwerk. Daarbij mochten zij één persoon per huishouden ondervragen (dit kon ook een inwonend kind zijn van achttien jaar of ouder). Er werd de interviewers nadrukkelijk gemeld dat het niet de bedoeling was de eigen kinderen te interviewen. Om in contact te komen met Afghanen is de Unie van Afghaanse Verenigingen aangeschreven met het verzoek de interviewers te helpen met het zoeken naar respondenten. Veldkamp schreef in totaal 16 verenigingen aan. Niet alle verenigingen waren bereid om gevolg te geven aan het verzoek en niet alle verenigingen bleken bereikbaar. Veldkamp heeft ons geen gegevens verstrekt over non-response. Dit is niet ongebruikelijk bij een quota steekproef. Het veldwerk vond plaats van 1 juni tot en met eind augustus 2008.

54 autochtone interviewers hebben de interviews afgenomen. Dertien van hen hebben interviews afgenomen onder Afghanen. De keuze voor autochtone interviewers was het resultaat van een afweging tussen diverse factoren. Enerzijds verwachtten we dat autochtone interviewers de kans op sociaal wenselijke antwoorden op vragen over religie en giften aan religieuze organisaties zouden verminderen. Anderzijds zouden allochtone interviewers taalproblemen kunnen verminderen. Het was van tevoren onduidelijk welke van de twee factoren het sterkste de resultaten zouden beïnvloeden. Omdat aan allochtone interviewers extra kosten verbonden waren is gekozen voor autochtone interviewers. De interviewers werden door middel van een schriftelijke instructie op de hoogte gesteld van de gang van zaken bij het onderzoek en in deze instructie werd tevens de vragenlijst nader toegelicht.

1.2.2 De vragenlijst

De vragenlijst die we hebben gebruikt in de persoonlijke interviews is gebaseerd op de vragenlijst van de internetenquête: de vragen zijn zo veel mogelijk direct overgenomen, zodat de cijfers uit de internetenquête vergelijkbaar zijn met de cijfers uit de persoonlijke interviews. De vragenlijst voor de persoonlijke interviews bevat drie hoofdonderdelen, namelijk vragen over geven aan goede doelen, remittances en vrijwilligerswerk. Daarnaast bevat de vragenlijst ook vragen over onder andere achtergrondkenmerken, zakaat en sadaqah (alleen Islamitische respondenten), religie en religieuze beleving, contact met autochtonen en met het land van herkomst en kennis van de Nederlandse taal.

Etniciteit. De etniciteit van de respondent werd vastgesteld aan de hand van drie vragen: 1) 'In welk land bent u geboren?'; 2) 'In welk land is uw vader geboren?' en 3) 'In welk land is uw moeder geboren?'. We keken eerst naar het geboorteland van de respondent zelf om de etniciteit vast te stellen en vervolgens achtereenvolgens naar het geboorteland van de moeder en de vader.

Vragen over geven aan goede doelen. We hebben respondenten gevraagd naar hun giften (in de vorm van geld en goederen) aan goede doelen in 2007. De inleiding op deze vraag was: 'Wij willen u een aantal vragen stellen over giften. Het gaat over giften aan goede doelen, maatschappelijke instellingen, verenigingen en stichtingen, maar ook over giften

aan hulpacties en sponsoring. Het gaat echter niet om giften aan vrienden en naasten. Indien respondent Moslim is: het betalen van zakaat dient u bij beantwoording van deze vragen buiten beschouwing te laten en sadaqah alleen bij uw antwoorden te betrekken indien het om giften aan organisaties gaat.' Vervolgens hebben we de respondenten een kaart overhandigd met daarop 23 manieren waarop aan goededoelenorganisaties gegeven kan worden (zoals de huis-aan-huis collecte of vast donateurschap). We zijn uitgegaan van de lijst uit het online onderzoek en hebben enkele weinig voorkomende manieren weggelaten of samengevoegd met andere manieren van geven. Daarna kregen de respondenten een kaart overhandigd met de tien verschillende categorieën doelen die ook in de internetenquête zijn opgenomen (zoals kerk en levensbeschouwing of gezondheid). De formulering van de vragen in het allochtonenonderzoek is nagenoeg identiek aan de vragen die in het onderzoek onder autochtonen zijn gesteld. We hebben de voorbeelden voor de allochtonenstudie aangepast, als voorbeeld van organisaties die zich richten op internationale hulp presenteerden we Islamic Relief, Cordaid, Seva Network Foundation en Oxfam Novib.

Vragen over remittances. De vragen over remittances werden als volgt aan de respondenten gepresenteerd: 'De volgende vragen gaan over geld overmaken of brengen naar "land van herkomst". Denk hierbij bijvoorbeeld aan geld overmaken door middel van een bank of money transfer, via belwinkels, reisbureaus en andere winkels, via de moskee of kerk, per post, geld meegeven aan familielid of vriend, zelf het geld meenemen tijdens vakantie, of uw bankpas met pincode aan iemand in het buitenland geven.' Na de vraag of respondenten al dan niet geld hadden gegeven aan het land van herkomst, werd hen een kaartje overhandigd met acht bestemmingen van het geld, per bestemming werd gevraagd hoe hoog het bedrag aan remittances was dat de respondent in 2007 stuurde naar het land van herkomst. Deze manier van ondervragen is vergelijkbaar met de method-area module van Rooney en zijn collega's (2004). De respondenten werden later in het interview op een gelijksoortige manier ondervraagd over het geven van goederen aan het land van herkomst.

Vragen over vrijwilligerswerk. De vragen over vrijwilligerswerk werden in de vragenlijst als volgt geïntroduceerd: 'De volgende vragen gaan over betrokkenheid bij maatschappelijke organisaties. Veel mensen zijn betrokken bij verenigingen, clubs en stichtingen. Dit kan een kerk of een religieuze groep zijn, een vakbond of een politieke organisatie, een sportclub, een zelfhulpgroep of een overheidsinstelling. Er zijn verschillende vormen van betrokkenheid. Mensen kunnen lid zijn, deelnemen aan activiteiten of onbetaald werk doen voor die organisaties. Nu is de vraag of u de afgelopen twaalf maanden actief was bij een organisatie. Het gaat dus over de periode van mei 2007 tot mei 2008. Met vrijwilligerswerk bedoelen we werkzaamheden in een organisatie waarvoor u geen salaris of baan ontvangt, maar eventueel wel een kleine onkostenvergoeding.' Met deze omschrijving trachten we uit te sluiten dat respondenten informele hulp die zij elkaar bieden uitgesloten rapporteren. Hulp aan burens, vrienden en/of familie beschouwen we dus niet als vrijwilligerswerk. De respondenten kregen na de bovenstaande introductie een kaartje aangereikt met vijftien verschillende soorten organisaties. De interviewer vroeg hen vervolgens of zij op één van deze terreinen de afgelopen twaalf maanden als vrijwilliger werkzaam zijn geweest. De lijst met organisaties is gelijk aan deze van de panelstudie van *Geven in Nederland*.

1.3 *Weging van gegevens over allochtonen*

Op basis van cijfers van het CBS over de verdeling onder de ondervraagde groepen minderheden op geslacht, leeftijd en opleiding en regio heeft Veldkamp een wegingsfactor geconstrueerd. Op basis van cijfers van het CBS over de verdeling onder minderheidsgroeperingen op gezinsgrootte hebben we de weegfactor van Veldkamp aangevuld met een weging op gezinsgrootte om zo dicht mogelijk in de buurt te komen bij de wegingsfactor van TNS/NIPO voor de autochtonen die online zijn ondervraagd.

Als we totaalbedragen presenteren voor alle niet-westerse allochtonen maken we gebruik van een tweede weegfactor waarin behalve de weging op achtergrondkenmerken ook de relatieve omvang van de ondervraagde groepen minderheden is meegenomen.

Een belangrijke vraag bij het extrapoleren van steekproefgegevens naar de totale populatie is hoe om te gaan met uitschieters ('outliers'). We hebben enkele uitschieters aangetroffen in de gegevens uit de persoonlijke interviews. Het betrof uitschieters op twee gebieden: remittances en giften aan familie in Nederland.

Remittances Het hoogste bedrag aan remittances dat in onze data voorkwam was 40.000 euro. Een analyse van de achtergrondkenmerken van deze respondent deed ons besluiten om de waarde van 40.000 euro te vervangen door het gemiddelde bedrag van Antillianen. Het betrof een man van 18 met een zeer klein inkomen. Het op een na hoogste bedrag aan remittances was 12.000 euro. Het betrof een man van 56 jaar met een goed inkomen en we hebben besloten deze gift in de steekproef te laten, omdat ook in de populatie deze uitschieters voorkomen.

Giften aan familie in Nederland We troffen drie uitschieters aan in onze data betreffende giften aan familie in Nederland. We hebben twee respondenten verwijderd uit onze steekproef. De eerste betreft een gift van 30.000 euro door een man van 40 jaar met een onbekend inkomen en de tweede betreft een gift van 12.000 euro door een Afghaanse vrouw van 28 met een jaarinkomen van ongeveer 20.000 euro. De op twee na hoogste gift van 8.500 euro hebben we wel in de steekproef gehouden, dit betrof een gift van 68-jarige man met een hoog jaarinkomen.¹

1.4 *Generalisaties*

De gegeneraliseerde bedragen in de tabellen in hoofdstuk 1 (1.1 en 1.2), in de special over het geefgedrag van niet-westerse allochtonen en de bedragen in deel B zijn gegeneraliseerde bedragen. Dat wil zeggen dat de gemiddelden van de huishoudens uit de steekproeven vermenigvuldigd zijn met het totaal aantal huishoudens in Nederland op dat moment. In 2007 waren er 7.190.340 huishoudens. Dit zijn 5.475.533 autochtone huishoudens en 1.714.807 allochtone huishoudens, waarvan 740.529 niet-westerse allochtone huishoudens en 974.278 westerse allochtone huishoudens (CBS, 2007).

1 Overigens waren de effecten van de uitschieters op de schattingen voor de etnische groepen afzonderlijk groter dan op de schattingen voor alle niet-westerse allochtonen in Nederland. Dit komt doordat we voor deze twee typen schattingen verschillende weegfactoren hebben gebruikt.

Het meetellen van de giften van allochtone huishoudens leidt tot lagere totaalbedragen van de giften, omdat deze huishoudens minder geven dan autochtone huishoudens. Als we de schatting van de totaalbedragen uitsluitend gebaseerd hadden op autochtone huishoudens was het totaalbedrag op 1994 miljoen uitgekomen, een stijging van 140 miljoen ten opzichte van 2005.

Deze schatting zou echter gebaseerd zijn op twee foutieve assumpties. Ten eerste, niet alle huishoudens zijn autochtone huishoudens. In Nederland waren in 2007 740.529 niet-westerse allochtone huishoudens. Ten tweede, de toename van het totaalbedrag is voornamelijk het gevolg van een toename (ongeveer 100.000) van het aantal huishoudens in Nederland. Echter, het aantal autochtone huishoudens is in de periode van 2005 tot 2007 niet gestegen. Met andere woorden, de toename van het aantal huishoudens betrof een toename van het aantal allochtone huishoudens in deze periode. Wanneer we deze toename hadden beschouwd als een toename van de autochtone huishoudens zouden we een kunstmatige stijging van de totale waarde aan giften hebben gerapporteerd.

Om de totale omvang van het geven in Nederland te kunnen bepalen hebben we veronderstellingen moeten maken over het geefgedrag van groepen westerse allochtonen en niet-westerse allochtonen die we niet ondervraagd hebben. We hebben geen specifieke groep van westerse allochtonen ondervraagd. Onder de westerse allochtonen in Nederland is de meest voorkomende herkomst Indonesië of voormalig Nederlands-Indië, op de voet gevolgd door Duitsland. Op grote afstand volgen België, voormalig Joegoslavië en het Verenigd Koninkrijk. We zijn ervan uitgegaan dat deze groepen hetzelfde geefgedrag vertonen als autochtone Nederlanders. Het totaalbedrag aan giften onder de respondenten die de internetenquête hebben ingevuld verschilt namelijk niet tussen degenen van Nederlandse herkomst en westerse allochtonen. Onze tweede assumptie is dat het geefgedrag van Marokkanen, Antillianen, Surinamers, Turken, Afghanen representatief is voor *alle* niet-westerse allochtonen. We hebben de bedragen en percentages voor iedere groep proportioneel in het gemiddelde voor alle niet-westerse allochtonen opgenomen. Met andere woorden: de bedragen en percentages van de veel grotere groep Surinamers wegen zwaarder dan de bedragen en percentages van de veel kleinere groep Afghanen.

1.5 Een methode-effect?

Het gebruik van een andere methode van ondervragen onder de allochtonen (persoonlijk interview) dan onder de autochtonen (internetenquête) kan leiden tot systematische vertekening. Het is mogelijk dat gegevens die worden verzameld via een persoonlijk interview systematisch hoger of lager uitkomen dan gegevens die verzameld worden aan de hand van een internetenquête. Deze systematische vertekening wordt een methode-effect genoemd. Om te onderzoeken of er in deze studie sprake is van zo'n effect zijn ook 161 autochtonen ondervraagd in een persoonlijk interview. We hebben deze respondenten vrijwel dezelfde vragen gesteld over geefgedrag en achtergrondkenmerken als de respondenten in de internetenquête. Het enige verschil was dat in de internetenquête expliciet gevraagd werd naar giften van alle leden van het huishouden. In het persoonlijke interview is dit niet expliciet vermeld. We weten echter uit eerder onderzoek dat giften in de regel uitgaven zijn die namens het gehele huishouden gedaan worden (Wiepking & Bekkers, 2008). Het ligt voor de hand dat de respondenten de vragen over giften beantwoor-

den namens het gehele huishouden. Als het gerapporteerde geefgedrag van de autochtonen in de internetenquêtes hetzelfde is als het gerapporteerde geefgedrag van de autochtonen in de persoonlijke interviews is er geen sprake geweest van een methode-effect. Tabel 3 laat ongewogen berekeningen zien van gegevens over giften die verzameld zijn onder autochtonen in de internetenquêtes en de persoonlijke interviews.

Tabel 3 Geefgedrag gerapporteerd door autochtonen in de internetenquêtes en persoonlijke interviews (ongewogen resultaten)

	<i>Internetenquêtes</i>		<i>Persoonlijke interviews</i>	
	<i>% donateurs</i>	<i>Gemiddeld bedrag</i>	<i>% donateurs</i>	<i>Gemiddeld bedrag</i>
Kerk/levensbeschouwing	32	404	18	248
Gezondheid	81	48	66	50
Internationale hulp	40	72	35	167
Milieu, natuur, dieren	46	50	39	88
Onderwijs en onderzoek	7	29	2	10
Cultuur	12	33	7	45
Sport en recreatie	15	37	12	26
Maatschappelijke en sociale doelen	41	24	30	65
Overige doelen	2	72	4	131
Totaal	90	261	84	238

- % donateurs: % van de huishoudens dat zowel zegt geld te hebben gegeven evenals een bedrag noemt hoger dan 0 euro (mensen die 'weet niet' antwoorden dus buiten beschouwing gelaten).
- Gemiddeld bedrag: gemiddelde giften onder degenen die een bedrag noemen.

We constateren dat in de persoonlijke interviews de percentages van gevers in bijna alle sectoren lager zijn dan in internetenquêtes, behalve in de categorie 'overige doelen'. Ook de bedragen zijn lager in de persoonlijke interviews.

Voor het grootste gedeelte worden de verschillen veroorzaakt door verschillen in de samenstelling van de twee steekproeven. De steekproef van respondenten die aan de persoonlijke interviews deelnamen bevat meer onkerkelijke respondenten (67%) dan de steekproef die aan de internetenquêtes deelnam (55%). Kerkelijke Nederlanders geven meer dan onkerkelijke. Daardoor is het totaalbedrag aan giften dat we in de internetenquêtes vinden hoger. In de steekproef voor de persoonlijke interviews zitten minder mensen met een MBO diploma of een WO-master en juist meer mensen met een MAVO of HAVO-VWO diploma dan in de steekproef voor de internetenquêtes. Omdat hoger opgeleiden meer geven is het totaalbedrag aan giften dat we in de internetenquêtes vinden hoger. Tevens bevinden zich in de steekproef van de persoonlijke interviews iets meer vrouwen. Als het gaat om geefgedrag zijn vrouwen over het algemeen minder accurate respondenten dan mannen (Bekkers & Wiepking, 2008). Bovendien geven vrouwen minder dan mannen. Daardoor is het totaalbedrag aan giften dat we in de internetenquêtes vinden hoger. Deze verschillen in de steekproefsamenstelling worden grotendeels gecorrigeerd door de weging van de gegevens die we hebben toegepast.

1.6 Validiteit en betrouwbaarheid

Gegevens verkregen uit enquêtes kunnen meer of minder valide zijn en meer of minder betrouwbaar. De betrouwbaarheid van een instrument wordt gedefinieerd als de interne consistentie van het instrument: levert een hernieuwde meting dezelfde uitkomst op? De validiteit van een instrument wordt gedefinieerd als de mate waarin het instrument meet wat men wil meten: in hoeverre is de meting zuiver? De betrouwbaarheid van de metingen van geefgedrag is hoog. Dit zien we in een vergelijking van gerapporteerd geefgedrag in 2007 en 2005 in de longitudinale groep. De correlatie is .808. De betrouwbaarheid uitgedrukt in een Cronbach's alpha is daarmee .893.

Uit voorgaand onderzoek weten we ook dat de meetinstrumenten die we gebruiken om geefgedrag en vrijwilligerswerk te meten de meest volledige dekking opleveren van het daadwerkelijke gedrag (Rooney en collega's, 2001, 2004; Bekkers & Wiepking, 2006). We hebben sinds 2005 de *Geven in Nederland*-gegevens over geefgedrag op twee manieren vergeleken met andere databronnen om de validiteit na te gaan ('cross-validatie'): op directe en indirecte wijze.

Directe vergelijking. We hebben een directe vergelijking kunnen maken van het geefgedrag aan KWF Kankerbestrijding zoals gerapporteerd door respondenten in GINPS05 met de giften die door KWF Kankerbestrijding van deze huishoudens ontvangen zijn (Bekkers & Wiepking, 2009). Respondenten in GINPS05 vroegen we toestemming om hun gegevens te koppelen met andere databestanden. 95% gaf toestemming. Van de huishoudens die toestemming gaven en die we konden koppelen met de KWF database bleek 24,5% wel giften te hebben gedaan, maar die niet gerapporteerd te hebben. Deze giften werden vergeten in GINPS05. De huishoudens die wel giften rapporteerden, zeiden gemiddeld € 33 te hebben gegeven. Deze giften werden overdreven in GINPS05. In werkelijkheid was dit slechts € 26. Bij elkaar opgeteld leiden de effecten van vergeten en overdrijven niet tot een over- of onderschatting van het gegeven bedrag.

Indirecte vergelijking. We hebben een indirecte vergelijking kunnen maken van het geefgedrag van katholieken door de cijfers in *Geven in Nederland* te vergelijken met de cijfers uit de rapportage over Kerkbalans 2007 door de RK-Kerk (Duijsens, 2009). Uit cijfers van de RK-Kerk blijkt dat 44% van de katholieke huishoudens aan kerkbalans heeft meegedaan en dat katholieke huishoudens die aan Kerkbalans meedoen gemiddeld 70 euro geven. Dat is gemiddeld 31 euro per huishouden onder alle katholieke huishoudens. In GIN rapporteren slechts 27% van de katholieke huishoudens giften aan Kerkbalans van gemiddeld € 89. Dit komt uit op € 24 per huishouden onder alle katholieke huishoudens. De giften aan kerkbalans in GIN zijn dus onderschattingen.

Ten slotte nog dit. Het *Geven in Nederland*-onderzoek richt zich op de 'reguliere gever'. We kunnen met onze gegevens geen uitspraken doen over de grote giften van de kleine groep superrijken, die bijvoorbeeld in het blad *Miljonair* worden gepubliceerd. Fluctuaties in het geefgedrag van deze Nederlanders kunnen een grote invloed hebben op het totale bedrag aan giften. Deze fluctuaties zijn niet verwerkt in onze schattingen.



2 Nalatenschappen

De cijfers wat betreft nalatenschappen hebben we – vanwege een gebrek aan onderzoek op dit terrein – ontleend aan het *CBF-Verslag Fondsenwerving*, waarin bovenlokale fondsenwervende instellingen informatie verstrekken over de inkomsten die zij onder andere uit nalatenschappen hebben ontvangen. Niet alle geldwervende instellingen zijn echter in het CBF-Verslag Fondsenwerving opgenomen. Non-profit instellingen zoals ziekenhuizen, musea en onderwijsinstellingen zijn bijvoorbeeld niet opgenomen. Ook informatie over de kerken ontbreekt. Hoeveel geld kerkelijke en levensbeschouwelijke organisaties uit nalatenschappen ontvangen, is niet bekend. Deze organisaties hebben daar geen geaggregeerde gegevens over.

De in het boek gepresenteerde cijfers betreffen derhalve absolute bedragen, met andere woorden: het zijn geen gegeneraliseerde bedragen. De bedragen zijn alleen gebaseerd op die fondsenwervende instellingen die gerapporteerd hebben aan het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Dat komt neer op 330 instellingen in 1995, 346 instellingen in 1997, 376 instellingen in 1999, 457 instellingen in 2001, 557 instellingen in 2003, 738 instellingen in 2005 en 931 instellingen in 2007. Voor alle jaren is gewerkt met zo recent mogelijke cijfers. Het CBF actualiseert in zijn jaarverslag de cijfers van voorgaande jaren, hierdoor is het mogelijk dat er afwijkingen bestaan ten opzichte van de in eerdere edities van *Geven in Nederland* gepubliceerde bedragen.

3 Fondsen

We maken hierbij onderscheid tussen geldwervende fondsen en vermogensfondsen. Wat betreft de cijfers van geldwervende fondsen merken we op, dat in dit boek – om dubbeltellingen te voorkomen – alleen de ‘inkomsten uit beleggingen’ zijn meegerekend. De overige inkomsten van deze fondsen – zoals geldwerving onder het Nederlandse publiek en het bedrijfsleven – zijn in het *Geven in Nederland*-onderzoek al bij andere bronnen ondergebracht (geven door huishoudens en geven door bedrijven). De cijfers zijn ontleend aan wat fondsenwervende instellingen gerapporteerd hebben aan het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF). Voor de jaren 1995, 1997, 1999, 2001 werden naast de resultaten uit beleggingen ook nog hun aandeel in acties van derden (zoals de opbrengsten uit grote loterijen) meegerekend. Vanaf 2003 zijn daarentegen alleen nog de inkomsten uit beleggingen meegerekend. We hebben ervoor gekozen om de opbrengsten uit de goededoelenloterijen in een apart hoofdstuk onder te brengen.

Wat betreft vermogensfondsen merken we op dat er in Nederland weinig gegevens beschikbaar zijn over dit type fondsen. Niemand weet precies hoeveel vermogensfondsen er zijn, laat staan hoeveel geld er in omgaat. In samenwerking met de Vereniging van Fondsen in Nederland (FIN) is er een korte vragenlijst ontwikkeld met een aantal vragen over het totaal geschonken bedrag in 2007, de doelen waaraan gegeven is en een vraag over de grootte van het vermogen. Deze vragenlijst is naar circa 300 leden van de FIN gestuurd. Hiervan heeft de helft de vragenlijst geretourneerd ($n = 150$). De cijfers die in hoofdstuk 3 worden gepresenteerd zijn gebaseerd op informatie van deze 150 fondsen.



Het is niet mogelijk om uitspraken te doen over trends in het geefgedrag van vermogensfondsen omdat de bijdragen van vermogensfondsen voor de jaren 1995–2007 op verschillende wijzen tot stand zijn gekomen.

Voor de cijfers uit 1999 en 2001 is gebruikgemaakt van een eerste verkennend onderzoek onder dit typen fondsen (Gouwenberg & Schuyt, 2000). De bedragen zijn gebaseerd op wat 173 vermogensfondsen hebben bijgedragen. Voor de cijfers uit 2003 is – wederom bij gebrek aan informatie – een schatting gemaakt. Gebruik is gemaakt van een tweede onderzoek onder vermogensfondsen (Gouwenberg & Schuyt, 2004). Daaruit bleek dat 183 vermogensfondsen 111 miljoen euro hadden gegeven in 2002. Aangezien er door de fondsen geen opsplitsing naar doelen is gemaakt, hebben we hiervan op basis van resultaten uit eerder onderzoek (2000) een schatting gemaakt. De cijfers over 2005 zijn gebaseerd op informatie van 211 vermogensfondsen. Van deze fondsen hebben we informatie verzameld over hun totaal gegeven bedrag aan maatschappelijke en goede doelen over 2005. Echter, aangezien niet van al deze fondsen gedetailleerde informatie beschikbaar was over de specifieke doelen waaraan gegeven is, hebben we hiervoor wederom een inschatting gemaakt.

4 Bedrijven

De data in deze studie zijn vergaard via het tweejaarlijkse survey-onderzoek '*Geven in Nederland*' van de werkgroep Filantropie. Het onderzoek is gedaan onder een representatieve steekproef van Nederlandse bedrijven. In totaal hebben 1057 respondenten aan het onderzoek deelgenomen. Alle respondenten waren binnen het ondervraagde bedrijf verantwoordelijk voor de sponsoring door – en giften van – het betreffende bedrijf. Ten opzichte van vorige metingen is de wijze van informatie verzameling enigszins gewijzigd. Dit jaar is de vragenlijst voor het eerst afgenomen via internet, en niet langer telefonisch, zoals bij alle voorgaande onderzoeken in 1996, 1998, 2000, 2002, 2004 en 2006. Het invullen via internet biedt de gelegenheid de vragenlijst in te vullen op een voor de respondent gunstig tijdstip, waarbij hij/zij tevens de tijd heeft de gevraagde informatie na te zoeken. De respondent maakt deel uit van een bestand aan respondenten die meerdere keren benaderd kunnen worden, hetgeen longitudinale analyses in de toekomst mogelijk maakt.

De respondenten is gevraagd de cijfers te geven over het geefgedrag van hun bedrijf in het jaar ervoor. Dit houdt dus in dat in het hier gerapporteerde onderzoek – dat is uitgevoerd in mei 2008 – is gevraagd naar de giften door het bedrijf in het jaar 2007.

De steekproefgrootte is vergelijkbaar met die in eerdere afnames. Aan elk van de meetmomenten namen ongeveer 1000 bedrijven deel. Dit is een relatief grote steekproef voor een vragenlijstonderzoek bij bedrijven, in vergelijking met andere studies op dit terrein in het buitenland (Coy & Nolan, 1992; Logsdon, Renier & Burke, 1990; Marx, 1999; Murray, 1991; Zippay, 1992).



4.1 *De vragenlijst¹ en de procedure*

In het eerste deel van de vragenlijst worden vragen gesteld over sponsoring. Sponsoring werd aan de respondenten omschreven als 'giften met een zakelijk belang'. Vervolgens is gevraagd of het bedrijf van de respondent het afgelopen kalenderjaar bepaalde type doelen (zoals 'sport en recreatie' en 'internationale hulp') sponsorde of niet. Bij een bevestigend antwoord werd de respondenten gevraagd aan te geven hoeveel geld, goederen (uitgedrukt in euro) en mankracht (uitgedrukt in euro) hun bedrijf aan dat type doel aan sponsoring gegeven had. Er is voor gekozen om de vragen per type doel te stellen, daar uit het onderzoek van Rooney, Steinberg, en Schervish (2001) naar voren is gekomen dat particulieren zich eerder herinneren wat ze gegeven hebben naarmate er meer gedetailleerde vragen worden gesteld. We verwachten dat dit ook opgaat voor deze respondenten. Na de vragen over de hoogte van de sponsorbedragen, is de respondenten gevraagd wat hun motieven waren om te sponsoren en welk motief het belangrijkste voor hen was.

In het tweede deel van de vragenlijst kwamen giften zonder zakelijk belang aan de orde. Daarvoor is hetzelfde stramien van vragen stellen gehanteerd als bij de vragen over sponsoring. Vervolgens zijn enkele vragen gesteld over het 'geefbeleid' van bedrijven. In het laatste deel van de vragenlijst is gevraagd naar de activiteiten van het bedrijf in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen, alsmede naar de attitude ten opzichte van dit onderwerp.

4.2 *Extrapolatie van de data*

Er is een weegfactor geconstrueerd om de data van de steekproef naar de hele populatie van het Nederlands bedrijfsleven te extrapoleren. Zie de website (www.geveninnederland.nl, bijlagen bij hoofdstuk 4, tabel A2) voor de populatiedata van het Nederlandse bedrijfsleven. Hierbij merken we op dat om het geefgedrag in 2007 te schatten populatiedata van bedrijven gebruikt zijn van 2004. Een vraag die komt kijken bij het extrapoleren van de data is hoe omgegaan wordt met uitschieters, de zogenaamde 'outliers'. Het hoogste totaalbedrag dat in 2007 is gegeven, is 33,5 miljoen euro. Daarvan is volgens de gever 15 miljoen naar kerken gegaan. Dit zijn zeer extreme bedragen, naar zeer afwijkende doelen. Bij het onderzoek in 2005 was het hoogst gegeven bedrag 750.000 euro. Geen enkel ander bedrijf heeft in 2007 gesponsord of gegeven met bedragen die hier maar enigszins in de buurt komen. Om die reden hebben we besloten dit bedrijf uit alle analyses te verwijderen. Het is daarmee ook het enige bedrijf dat uit de analyses is verwijderd.

4.3 *Vergelijking door de jaren heen*

Bij het aangeven van trends in de tijd dienen we alle voorzichtigheid te betrachten. Zoals ook al in vorige uitgaven van '*Geven in Nederland*' is aangegeven schommelen de bedragen nogal over de jaren. De volgende drie kanttekeningen kunnen we daarbij maken. Allereerst kan de sterke toename van de bijdragen in 1999 het gevolg zijn van een uitgebreidere vraagstelling, die vervolgens in de metingen van 2001 en 2003 is gecontinueerd. Daarnaast merken we op dat de bedragen voor 2003 hoger kunnen liggen dan voorgaande

¹ De complete vragenlijst van het onderzoek naar het geefgedrag van bedrijven in 2005 staat op www.geveninnederland.nl.



jaren omdat aan bedrijven specifiek gevraagd is om ook giften in natura en menskracht per doel in euro's uit te drukken. Voorheen werd alleen gevraagd om dit voor het totaal gegeven bedrag te doen. Sommige gebeurtenissen, zoals de tsunami in 2005, kunnen plotselinge invloed hebben op de gegeven bedragen. Bij de dataverzameling over 2007 is de afname iets anders verlopen, waarbij nadrukkelijker is gevraagd de vragenlijst te laten invullen door degene die verantwoordelijk is voor giften en sponsoring door het bedrijf. Zo kon die persoon zich ook rustiger voorbereiden doordat de afname niet via de telefoon, maar via internet verliep. Tot slot is het trekken van conclusies over trends beperkt mogelijk, omdat de standaarddeviaties van steekproef tot steekproef sterk uiteenlopen, ondanks het feit dat we extreme 'uitschieters' buiten de extrapolatie hebben gehouden.

5 Goededoelenloterijen

Er zijn vijf landelijke, (semi)permanente kansspelvergunninghouders die hun opbrengst afdragen aan goede doelen: de Nationale Postcode Loterij N.V., de BankGiroloterij N.V., de Sponsor Loterij N.V. (in 2004 zijn deze drie ondergebracht onder de Holding Nationale Goede Doelen Loterijen N.V.), de Stichting de Nationale Sporttotalisator (De Lotto) en Scientific Games Racing B.V. De cijfers over de bijdragen van deze goededoelenloterijen zijn ontleend aan de jaarverslagen van het College van Toezicht op de Kansspelen (2003; 2005; 2007). Vanaf 2003 hebben we er voor gekozen om de bijdragen van goededoelenloterijen als een aparte bron in het *Geven in Nederland*-onderzoek op te nemen.

Vanaf 2005 worden ook de bijdragen van het platform 'samenwerkende non-profitloterijen' meegerekend. Het betreft hier de 5 grootste goededoelenorganisaties met een eigen loterij.

6 Vrijwilligerswerk

De schattingen in dit hoofdstuk zijn gebaseerd op antwoorden van dezelfde respondenten uit de module over vrijwilligerswerk in de *Geven in Nederland*-vragenlijst. Het gaat dus om dezelfde respondenten. Vragen over vrijwilligerswerk werden gesteld in een aparte module. De module werd als volgt ingeleid: 'De volgende vragen gaan over betrokkenheid bij maatschappelijke organisaties. Veel mensen zijn betrokken bij verenigingen, clubs en stichtingen. Dit kan een kerk of een religieuze groep zijn, een vakbond of politieke organisatie, een sportclub, een zelfhulpgroep of een overheidsinstelling. Er zijn verschillende vormen van betrokkenheid. Mensen kunnen lid zijn, deelnemen aan activiteiten of onbetaald werk doen voor die organisaties.' Het gaat in deze module dus over betrokkenheid bij organisaties. Ongeorganiseerde hulp aan bureaus, familieleden, vrienden of kennissen, die mensen soms ook als vrijwilligerswerk beschouwen, zijn door de inleiding uitgezonderd.

De respondenten kregen vervolgens de vraag voorgelegd of zij als vrijwilliger actief zijn bij een organisatie op verschillende terreinen. Vrijwilligerswerk werd omschreven als 'werkzaamheden waarvoor u geen salaris of loon ontvangt, maar eventueel wel een kleine onkostenvergoeding.' Er werden aparte vragen gesteld over vrijwilligersactiviteit in organisaties op het terrein van natuurbehoud, milieu en dierenbescherming; antwoorden op deze vragen werden later samengevoegd. Als 'vrijwilligers' worden beschouwd die respon-

denten die in minstens een van de sectoren actief zeggen te zijn. De schatting van 44,6% vrijwilligers komt sterk overeen met de schatting van het laatste Permanent Onderzoek Leefsituatie (POLS) van het CBS (Van Hertem, 2008), waarin het percentage op 44,9% geschat werd. Ook de percentages vrijwilligers in verschillende sectoren komt sterk overeen. Het CBS schat bijvoorbeeld het percentage vrijwilligers in de sport op 12,9% (13,4% in GIN) en in de sector kerk en levensbeschouwing op 9,3% (8,8% in GIN).

7 Special 'Giftenaftrek'

In de special over de giftenaftrek hebben we gebruikgemaakt van het Inkomens Panel Onderzoek (IPO) van het CBS. Het IPO is net als de *Geven in Nederland* Panel Studie onder huishoudens een panel onderzoek. Dit betekent dat in elke editie de gegevens zo veel mogelijk dezelfde huishoudens betreffen als in de vorige editie. Het verschil tussen *Geven in Nederland* en het IPO is echter dat de 'respondenten' uit het IPO zelf niet weten dat ze in het databestand zitten – het IPO geeft van een toevallig geselecteerde groep belastingplichtigen simpelweg de gegevens uit de aangiften inkomensbelasting van deze personen. Hierdoor is er veel minder uitval in de loop van de jaren dan in GIN. Alleen als een voor het bestand geselecteerde persoon overlijdt of uit Nederland emigreert en niet langer in Nederland belastingplichtig is (bijvoorbeeld door naturalisatie) verdwijnt deze persoon uit het onderzoek. Alle gegevens zijn geanonimiseerd. In 1977, 1981 en 1985 bevat het databestand gegevens van willekeurige steekproeven van zo'n 230.000 tot 250.000 personen. Vanaf 1989 bevat het databestand gegevens uit de aangiften inkomstenbelasting van een willekeurige steekproef van 0,61% van alle belastingplichtigen in Nederland. Dit betreft per jaar zo'n 120.000 personen. Voor zover deze personen niet zijn overleden of geëmigreerd zijn dit steeds dezelfde personen. De bedragen in guldens (1977-2001) zijn uitgedrukt in euro's door de bedragen te delen door 2,20371, de bij de overgang naar de euro gehanteerde officiële wisselkoers. Er is geen inflatiecorrectie toegepast. Alle cijfers zijn gewogen met de wegingsfactor FAKTOR/1000, waardoor het gewogen totale aantal huishoudens in elk jaar exact overeenkomt met de stand van de huishoudenstatistiek per 31 december van het desbetreffende jaar.

Referenties

- Bekkers, R. (2004). *Giving and Volunteering in the Netherlands: Sociological and Psychological Perspectives*. Dissertatie, Universiteit Utrecht.
- Bekkers, R. & P. Wiepking (2006). 'To Give or Not to Give...That's the Question'. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 35 (3): 533-540.
- Bekkers, R. & P. Wiepking (2009). 'Accuracy of Self-reports on Donations to Charitable Organizations'. Under review at *Quality & Quantity*.
- Coy, J.F. en B. Nolan (1992). *Managing corporate support: Responses to challenging times*. Indianapolis, Indiana University, Center on Philanthropy.
- Duijsens, E.F.J. (2009). Kerkbalans 2009: Een kerk is van blijvende waarde. Informatie ten behoeve van de persconferentie op 15 januari 2009.
- Logsdon, J.M., M. Renier & L. Burke (1990). Corporate philanthropy: Strategic responses to the firm's stakeholders. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 19, pp. 93-109.

- Marx, J.D. (1999). Corporate philanthropy: What is the strategy? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28(2), pp. 185-198.
- Murray, V. (1991). *Improving corporate donations: New strategies for grantmakers and grantseekers*. San Francisco, Jossey-Bass.
- Rooney, P.M., K.S. Steinberg & P.G. Schervish (2001). 'A methodological comparison of giving surveys: Indiana as a test case'. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30 (3), 551-568.
- Rooney, P.M., K.S. Steinberg & P.G. Schervish (2004). 'Methodology is destiny: The effect of survey prompts on reported levels of giving and volunteering'. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33 (4), 628-654.
- Schuyt, Th.N.M. & B.M. Gouwenberg (2005). *Geven in Nederland 2005. Giften, legaten, sponsoring en vrijwilligerswerk*. Elsevier Overheid: 's-Gravenhage.
- Wiepking, P. & R. Bekkers (2007). 'Does Who Decides Really Matter? Causes and Consequences of Financial Management in Households: The Case of Charitable Donations'. *Philanthropic Studies Working Paper Series #3*, March 2008
- Zippay, A. (1992). Corporate funding of human services agencies. *Social Work*, 37, pp. 210-214.